



**COVID-19  
RIPOSTE**



# Rapport d'activités 2021

Conformément aux statuts (article 7), « le Directeur présente chaque année un rapport sur l'activité de l'Office de Tourisme qui est soumis au vote du Comité de Direction par le Président, puis au vote du Conseil Communautaire de Durance Luberon Verdon Agglomération. »

Destination

**HAUTE-PROVENCE**

DURANCE LUBERON VERDON

Comité de Direction du lundi 11 avril 2022

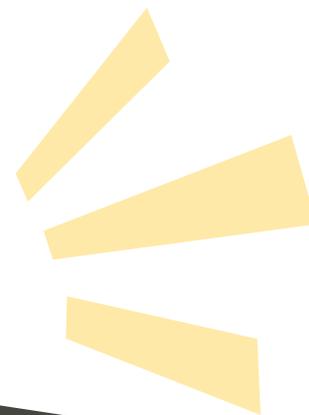
## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA »

### LE CADRE RÉGLEMENTAIRE (LES STATUTS) PRÉVOIT LES MISSIONS SUIVANTES :

- **L'accueil et l'information des touristes** sur le territoire communautaire conformément aux dispositions de l'article L.133-9 du Code du Tourisme. L'Office de Tourisme Communautaire peut déléguer par convention tout ou partie de cette mission aux organisations existantes qui y concourent.
- **La promotion touristique** de la communauté d'agglomération, en coordination avec l'Agence de Développement Touristique des Alpes de Haute-Provence et le Comité Régional du Tourisme de Provence Alpes Côte d'Azur.
- **La coordination** des divers partenaires du développement touristique local.
- La contribution à **l'aménagement et au développement touristique local**.
- **La mise en œuvre de la politique locale du tourisme** et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration de services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études et de l'observation touristique, de l'animation des loisirs, de l'organisation

de fêtes et de manifestations culturelles, touristiques et sportives, de l'adaptation de l'offre touristique aux exigences des clientèles française et étrangère, en particulier par la création de nouveaux produits.

- **L'animation culturelle et festive de la station thermale de Gréoux-les-Bains** destinée à fidéliser la clientèle et à assurer une animation permanente de la station.
- **La commercialisation de prestations et de produits touristiques** dans les conditions prévues par la Loi 92-645 du 13 juillet 1992. L'Office de Tourisme Communautaire pourra gérer des boutiques dans les différents Bureaux d'Information Touristique gérés par lui.
- **Un concours technique à la conception et à la réalisation de projets touristiques** à la demande de la Communauté d'Agglomération.
- **La gestion de la collecte de la taxe de séjour communautaire.**



## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

### LA CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2020-2022 :

Afin de définir l'activité de l'EPIC Office de Tourisme Communautaire, les moyens matériels et financiers mis à sa disposition par la Communauté d'Agglomération Durance Luberon Verdon Agglomération, le respect des obligations incombant à l'Office de Tourisme Communautaire, la durée et les modes de réalisation de la présente convention, une convention d'objectifs et de moyens a été approuvée par délibération du conseil communautaire en date du 17 décembre 2019.

**Cette convention est conclue pour une durée de 3 ans. Elle a pris effet le 1<sup>er</sup> janvier 2020 pour s'achever le 31 décembre 2022.**

### LE COMITÉ DE DIRECTION :

Conformément à la délibération N° CC-27-09-20 en date du 15 septembre 2020 du Conseil Communautaire, Paul AUDAN, Vice-président délégué au Tourisme, a installé les nouveaux membres du Comité de Direction en date du 19 octobre 2020.

Conformément à l'article 3 des statuts, le Comité de Direction comprend 17 membres titulaires et 17 membres suppléants répartis comme suit :

- **Collège des conseillers communautaires** : 9 membres titulaires et 9 membres suppléants
- **Collège des socioprofessionnels représentatifs des professions ou associations intéressées au tourisme et exerçant leur activité sur le territoire communautaire** : 8 représentants titulaires et 8 représentants suppléants.

Conformément à l'article 4 des statuts de l'Office de Tourisme Communautaire, **le Comité de Direction, à l'unanimité des membres présents, a désigné en date du 19 octobre 2020 :**

- **Monsieur Paul AUDAN** comme Président de l'Office de Tourisme Communautaire DLVA
- **Madame Valérie PEISSON** comme 1<sup>ère</sup> Vice-Présidente (*collège des conseillers communautaires*) et **Monsieur Lucien MAURIN** comme 2<sup>ème</sup> Vice-Président (*collège des socioprofessionnels*).

### Le comité de direction s'est réuni cinq fois en 2021 :

- **Lundi 18 janvier** (24 membres présents)
- **Lundi 29 mars** (18 membres présents)
- **Lundi 12 juillet** (16 membres présents)
- **Jeudi 28 octobre** (18 membres présents)
- **Vendredi 17 décembre** (14 membres présents)

## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

### LA PARTICIPATION AU RÉSEAU INSTITUTIONNEL :

**ADN Tourisme** : cette fédération représente les organismes de tourisme auprès des partenaires publics et privés. Elle défend les intérêts collectifs de ses adhérents et leur représentation en qualité de syndicats d'employeurs. Elle anime le réseau des organismes de tourisme dans toutes ses dimensions territoriales et humaines. Elle accompagne les transformations, projets et évolutions du secteur touristique. Elle innove pour préparer l'avenir.

Montant de la cotisation : 2 320 €uros

**FROT PACA** : la fédération régionale est une structure « Services » qui fédère, anime, professionnalise, structure et représente les Offices de Tourisme de la Région Provence Alpes Côte d'Azur. Elle reste un lieu privilégié pour mener des réflexions stratégiques et conduire des projets collectifs. Elle agit fortement sur la formation professionnelle et les démarches « qualité ».

Administrateur de la fédération régionale, l'Office de Tourisme, représenté par Valérie PEISSON, assiste régulièrement aux réunions du conseil d'administration.

Montant de la cotisation : 3 500 €uros

**ATOUT France** : placée sous la tutelle du ministre chargé du Tourisme, l'Agence de Développement Touristique de la France est un groupement d'intérêt économique (GIE). Ses objectifs sont la promotion du tourisme en France, la réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et la mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur.

Le statut de GIE traduit la volonté d'exercer la mission en partenariat entre l'État, administrations centrales, collectivités territoriales et les professions du tourisme, y compris les grands groupes industriels et commerciaux français ou étrangers concernés par le tourisme. Atout France compte 1 300 partenaires, professionnels publics et privés du tourisme.

Montant de la cotisation : 3 834 €uros



## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

### DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE (SUITE)

Organisé en 3 pôles, l'Office de Tourisme a employé **39 agents en 2021** (soit 30,74 agents en Equivalent Temps Plein).

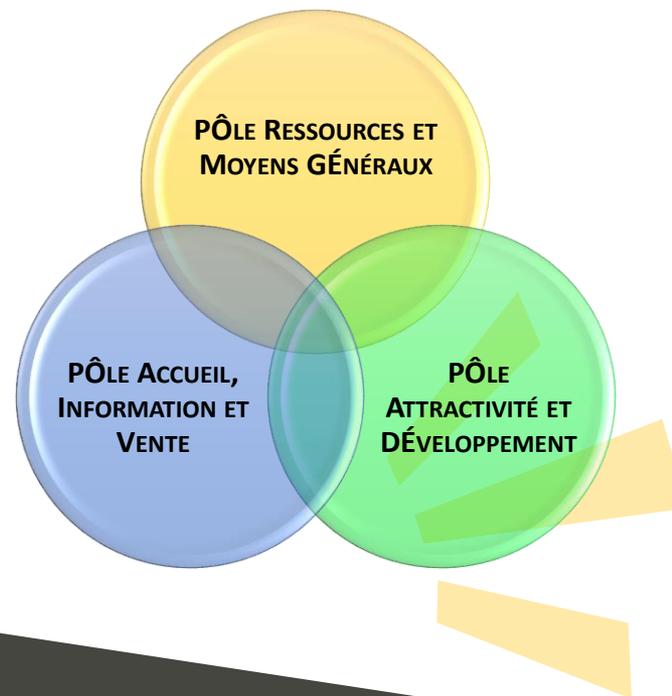
Pour information, nous avons employé **34 agents en 2020**.

Entrées	Sorties
Damien FROSSARD le 15 mars Maylis DE LORGERIL le 14 juin	Damien FROSSARD le 31 décembre
Oksana LEGAY le 1 <sup>er</sup> juin (remplacement de Virginie en maladie) 9 saisonniers de février à novembre	9 saisonniers de février à novembre
<b>12 Entrants</b>	<b>10 Sortants</b>

### Focus sur les stagiaires :

En 2021, l'Office de Tourisme a accueilli **6 stagiaires** :

- **Théophile BONNAMOUR** du 26 novembre au 15 décembre
- **Thierry BATAÇ** du 24 septembre au 17 juin 2022
- **Sébastien DURAND** du 27 janvier au 1<sup>er</sup> juin
- **Lisa SALMON** du 29 mars au 28 mai
- **Tamara RADOVANOVIC** du 29 avril au 28 juillet
- **Xi LUO** du 6 avril au 29 septembre



## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

### DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE (SUITE)

#### Focus sur la formation :

La formation reste le cœur du parcours professionnel de chaque agent et nous nous efforçons de mettre en œuvre des actions renforçant les compétences.

Ces formations répondent à la fois aux besoins exprimés par les agents mais également aux besoins des nouveaux outils « métiers » acquis par l'Office de Tourisme.

En 2021, l'Office de Tourisme a financé **304 heures** de formation représentant un coût total de **7 953 euros HT**.

Pour information, l'enveloppe financière disponible s'élevait à **7 000 euros**.

Par ailleurs, en 2021, la contribution Unique à la Formation Professionnelle (CUFP) versée à notre OPCO (AFDAS) s'élève à **12 726 euros**.

Dates	Intitulé	Formateur	Nombre de participants	Durée par salarié
5 février	Logiciel CLASSLOC	NOUVEAUX TERRITOIRES	3	14
16 et 25 mars	Logiciel de billetterie - Paramétreur	INGENIE	5	7
25, 26, 29 mars et 1er avril	Redynamiser ma destination auprès de la clientèle famille	FROT	1	7
18 décembre 2020 - 11 février, 7 et 14 avril 2021	Modules GROUPEs et ITINERANCE	INGENIE	2	7
13 avril et 12 mai (matinée)	Obtenir le classement de mon OT en Catégorie I	FROT	2	7
10 et 11 mai (matinée)	Recyclage habilitation BR	VIVALIANS	1	7
20 et 21 mai	Animateur Eco-Touristique de mon territoire	FROT	2	3
8 octobre	Module STATISTIQUES	INGENIE	4	3
7, 8, 15, 17 décembre 2021 - 12, 14 janvier 2022	Mise à jour site WEB	INGENIE	7	3
Programmée 2021 - A réaliser en 2022	Recyclage SST	PFPS	8	7

### L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ ET LE FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME

La crise sanitaire liée au COVID 19 a entraîné la mise en place d'un confinement imposé par le Président de la République,

Cette décision a entraîné, à partir du 6 avril, la mise en place du télétravail pour 14 agents et l'inactivité de 13 agents du fait de la fermeture du Centre de Congrès et de la fermeture des Bureaux d'Information Touristiques,

#### Demande de prise en charge de l'activité partielle

Vous trouverez ci-contre le détail de notre demande d'indemnisation au dispositif de l'activité partielle au titre de 2021.

Enfin, la crise sanitaire a engendré 543,90 € de frais : équipements de protection individuelle, produits d'hygiène et de nettoyage, ...

Mois	Nombre d'heures à indemniser	Montant de l'indemnisation
Avril	1 225	11 321,38 €
Septembre	7	51,10 €
Novembre	21	236,72 €
Décembre	14	158,74 €
Régularisation septembre	1	7,98 €
<b>TOTAL</b>	<b>1 268</b>	<b>11 775,92 €</b>

## LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'ÉPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

### EN ROUTE VERS LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME » :

#### Extrait de la Convention d'objectifs et de moyens :

« ARTICLE 2 : L'Office de Tourisme Communautaire doit mettre en œuvre les mesures nécessaires à l'obtention du classement en Catégorie I. Dans l'objectif de niveau de services, de professionnalisation, de progression et de classement, l'Office de Tourisme Communautaire s'inscrit dans une démarche qualité validée par l'obtention de la marque « Qualité Tourisme ». »

Afin de poursuivre notre plan d'actions et au regard des critères de la marque « Qualité Tourisme », **l'Office de Tourisme a commandé un diagnostic auprès du Cabinet Authentis les 21 juin et 1<sup>er</sup> juillet 2021**. Dans la continuité, nous avons commandé la réalisation de **l'audit mystère** en novembre 2021.

Nous avons obtenu un taux de conformité de 87,46 %. Après avoir justifié certains écarts, **le taux est passé à 90,45 %**.

**Supérieur à 90%**, notre candidature respecte donc l'ensemble des critères d'éligibilité à la Marque.

**La Direction Générale des Entreprises nous a attribué la marque « Qualité Tourisme » le 2 février 2022.**

**L'audit complet** sera réalisé en 2022 par un cabinet agréé par notre fédération nationale, ADN Tourisme.

### CRÉATION DU GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION

Ce groupe a pour mission d'évaluer le fonctionnement global du dispositif « qualité tourisme ».

Composition du groupe « Qualité Destination » : Valérie PEISSON, Fabien BONINO, Véronique MADIES et Christophe LUSTEAU, le Directeur, les référents « Qualité » et la Responsable Communication.

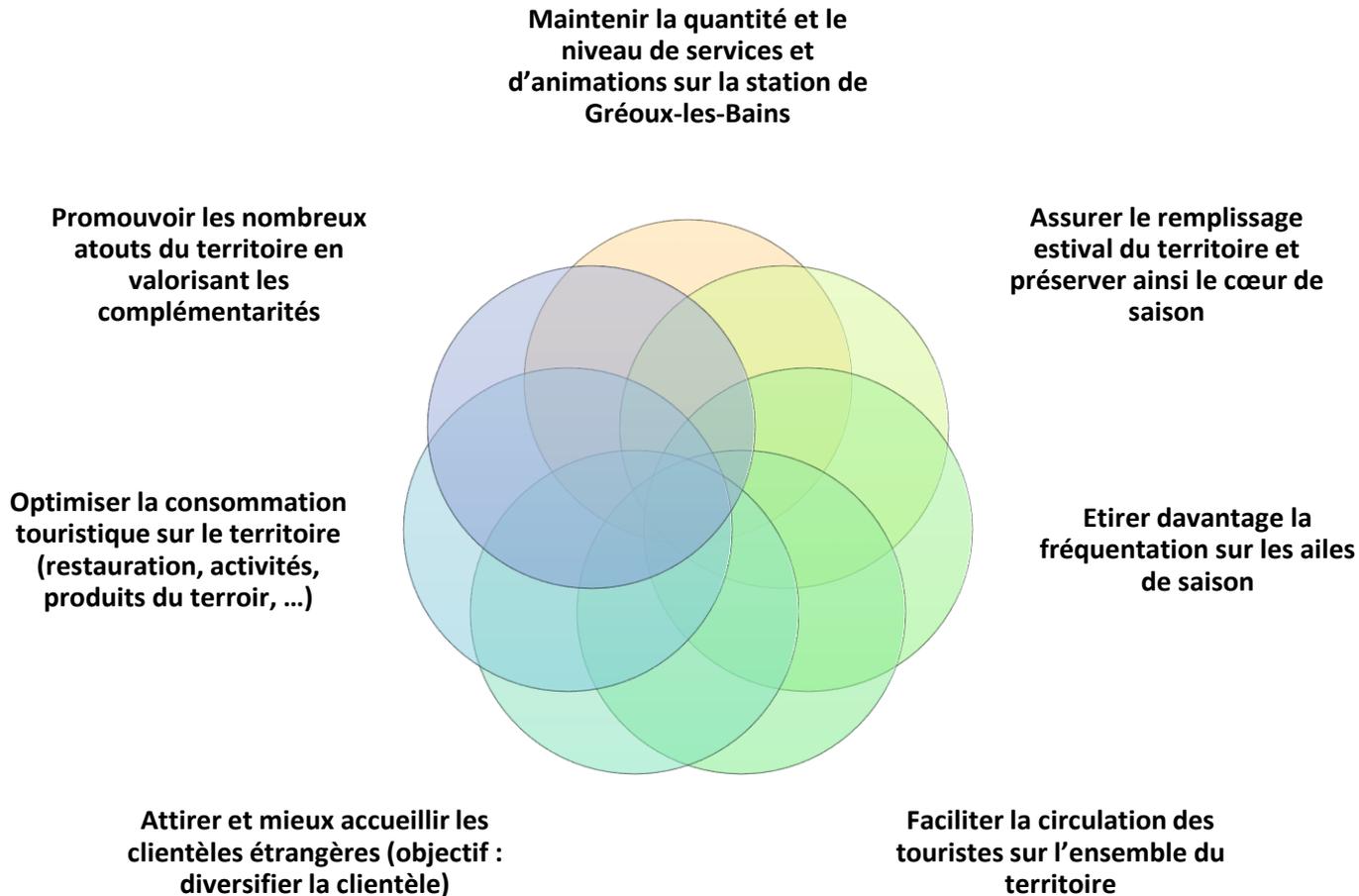
### LE CLASSEMENT EN CATÉGORIE I

Un dossier de demande de classement sera transmis au Président de DLVAgglo pour délibération en Conseil Communautaire et transmission à la Préfecture des Alpes de Haute-Provence.





## LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE





Dans le cadre des missions confiées par DLVA et au regard des nombreux défis qui attendent les Offices de Tourisme, l'Office de Tourisme poursuit les ambitions suivantes :

- 1** **Une organisation générale à renforcer** : organigramme, formation, qualité, classement, plan d'actions, ...
- 2** **Un schéma d'accueil et de diffusion de l'information à construire** : BIT, accueil « hors les murs, RIT, ...
- 3** **Une offre touristique à structurer, à qualifier et à commercialiser** : produits, filière, labels, prospection, ...
- 4** **Un territoire à promouvoir** : positionnement, charte de communication, stratégie de contenu, ...
- 5** **Une stratégie évènementielle à initier** : animation de Gréoux-les-Bains, soutien aux grands évènements, ...
- 6** **Une révolution numérique à prendre en compte** : base de données APIDAE, sites internet, réseaux sociaux, ...
- 7** **Des professionnels locaux du tourisme à fédérer** : rencontres, réunions, adhésions, services, ...

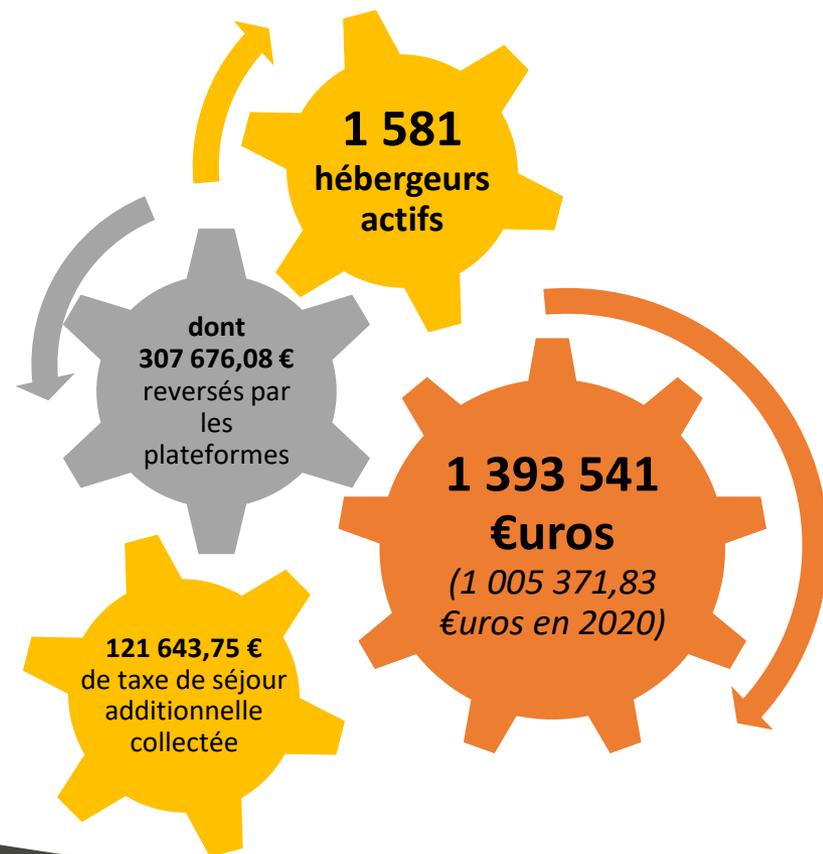
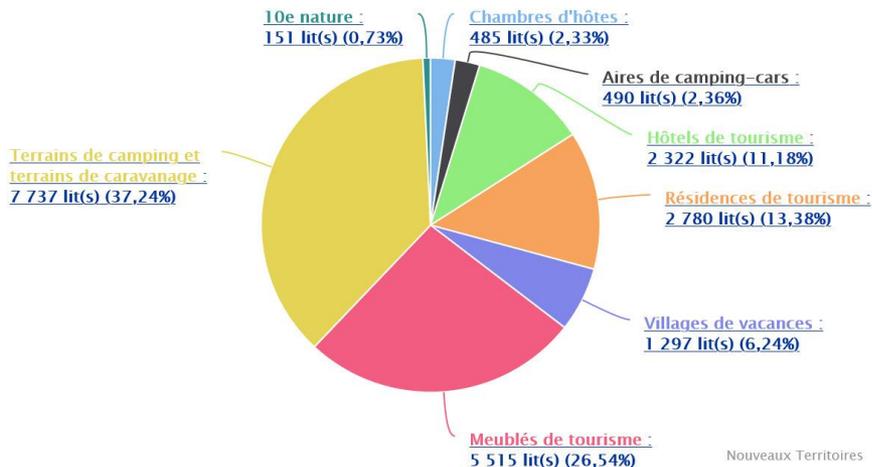


# 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR

La taxe de séjour est instaurée dans le but de faire supporter aux touristes une partie des charges engagées pour les actions d'accueil, de promotion et de valorisation du territoire. Elle est perçue auprès des visiteurs, qu'ils soient touristes d'agrément ou d'affaires. Dans le cas de notre communauté d'agglomération, le produit de la taxe de séjour est intégralement reversé au budget de l'Office de Tourisme Communautaire conformément aux dispositions de l'article L. 133-7 du code du tourisme. Instituée « au réel » sur l'ensemble de l'année, la taxe de séjour est collectée par les logeurs qui la reversent ensuite à Durance Luberon Verdon Agglomération via une régie de recettes dédiée et installée au siège administratif de l'Office de Tourisme Communautaire.

## Hébergements actifs par nature d'hébergement

Cliquer sur une nature d'hébergement pour visualiser les valeurs par classement. Nombre de lits : 20 777



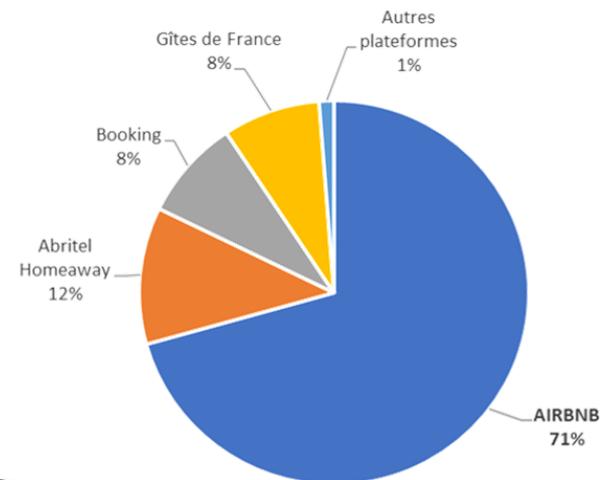
## 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous le bilan de la collecte de la taxe de séjour depuis 2015 déclarée par les hébergeurs en direct avec répartition par année et par commune ainsi que le poids de chacune d'elles.

Communes de DLVA	Année 2015	Année 2017	Année 2018	Evol. N-1	Année 2019	Evol. N-1	Année 2020	Evol. N-1	Année 2021	Evol. N-1
Gréoux-les-Bains	601 946,01 €	780 446,95 €	787 321,18 €	1%	880 335,75 €	12%	424 242,56 €	-52%	668 993,37 €	58%
Manosque	81 676,22 €	135 112,50 €	139 728,75 €	3%	159 021,77 €	14%	123 293,57 €	-22%	160 511,21 €	30%
Montagnac-Montpezat	31 961,70 €	47 248,10 €	47 187,05 €	0%	50 077,05 €	6%	44 231,92 €	-12%	45 257,72 €	2%
Esparron-de-Verdon	19 588,00 €	31 724,10 €	32 378,70 €	2%	32 199,69 €	-1%	33 099,75 €	3%	37 973,44 €	15%
Saint-Laurent du Verdon	10 500,00 €	32 273,80 €	32 734,90 €	1%	34 920,46 €	7%	37 300,28 €	7%	42 600,00 €	14%
Quinson	21 299,00 €	29 664,30 €	28 398,35 €	-4%	28 337,78 €	0%	22 342,66 €	-21%	25 974,15 €	16%
Riez	6 781,00 €	13 011,90 €	14 389,30 €	11%	18 460,55 €	28%	16 617,32 €	-10%	19 818,10 €	19%
Vinon-sur-Verdon	20 400,00 €	13 324,42 €	10 666,15 €	-20%	11 602,05 €	9%	7 539,26 €	-35%	7 907,61 €	5%
Saint-Martin de Brômes	2 517,60 €	6 999,40 €	5 972,70 €	-15%	7 286,40 €	22%	4 868,75 €	-33%	6 684,24 €	37%
Allemagne-en-Provence	2 633,10 €	6 715,40 €	6 644,60 €	-1%	7 799,55 €	17%	5 618,69 €	-28%	7 803,16 €	39%
Montfuron	1 555,70 €	2 143,30 €	1 929,55 €	-10%	730,49 €	-62%	577,90 €	-21%	446,70 €	-23%
Autres communes		62 439,60 €	66 932,60 €	7%	61 554,06 €	-8%	42 415,61 €	-31%	61 895,22 €	46%
	<b>800 858,33 €</b>	<b>1 161 103,77 €</b>	<b>1 174 283,83 €</b>	<b>1%</b>	<b>1 292 325,60 €</b>	<b>10%</b>	<b>762 148,27 €</b>	<b>-41%</b>	<b>1 085 864,92 €</b>	<b>42%</b>

La collecte par les opérateurs numériques a été introduite par Loi de finances 2015 de façon facultative. **Elle a été rendue obligatoire pour les seuls opérateurs numériques intermédiaires de paiement pour le compte de loueurs non professionnels à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019.**

Vous trouverez ici la répartition des montants reversés par les opérateurs numériques en 2021 à DLVAgglo.

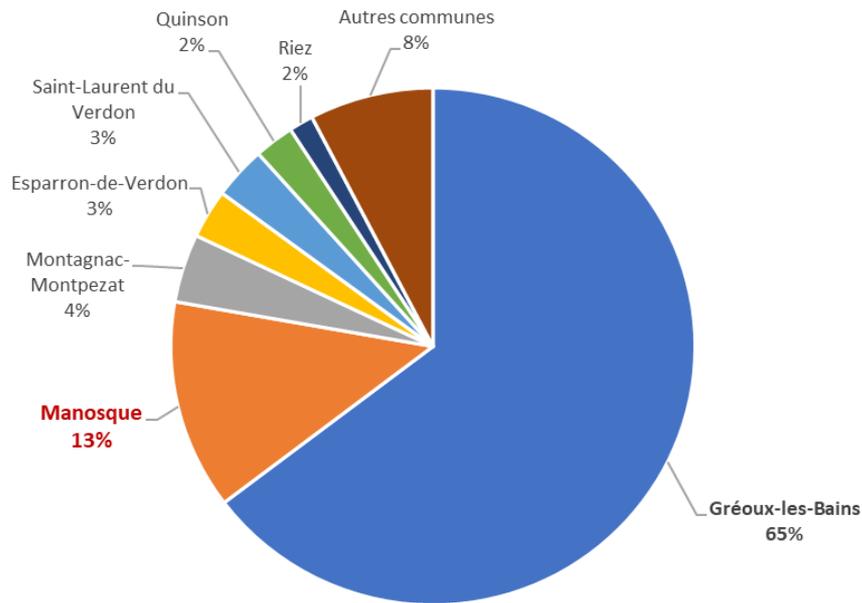




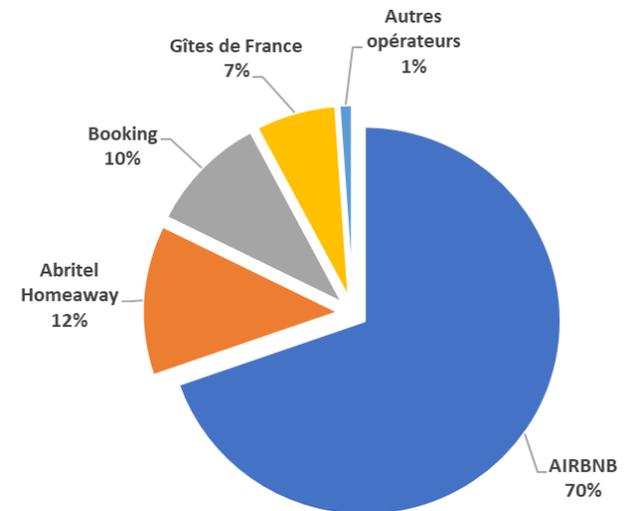
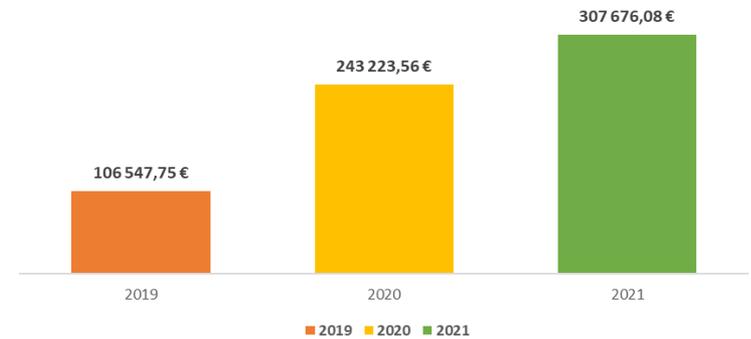
# 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous quelques graphiques illustrant le bilan depuis 2017 :

DLVAgglo - Répartition de la taxe de séjour par communes  
(source : régie de recettes)



DLVAgglo - Bilan de la collecte de la taxe de séjour par les opérateurs numériques

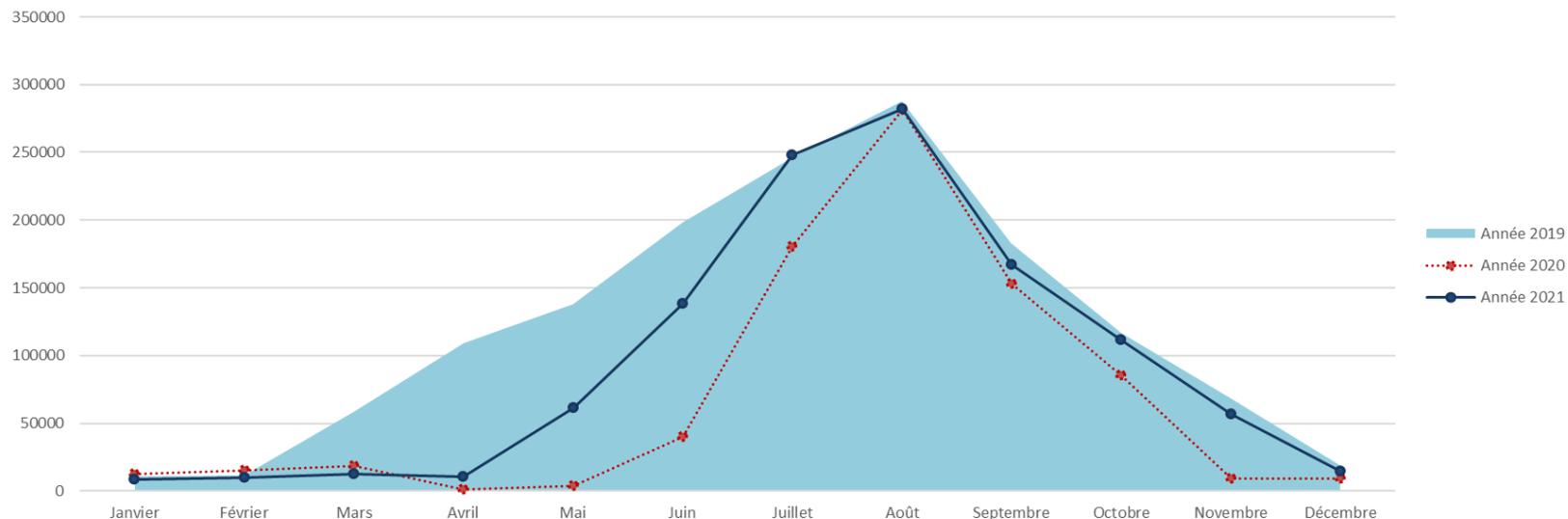




# 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous quelques graphiques illustrant le bilan 2021 :

DLVA - évolution des nuitées touristiques  
(source : collecte de la taxe de séjour par les hébergeurs)



Nombre de nuitées déclarées par les hébergeurs			
		Evolution N-1	Evolution N-2
Année 2019	<b>1 447 191</b>		
Année 2020	<b>809 982</b>	-44%	
Année 2021	<b>1 121 424</b>	38%	<b>-23%</b>

Nombre de nuitées déclarées par les hébergeurs (en juillet et août)			
		Evolution N-1	Evolution N-2
Année 2019	<b>534 340</b>		
Année 2020	<b>461 930</b>	-14%	
Année 2021	<b>529 728</b>	15%	<b>-1%</b>

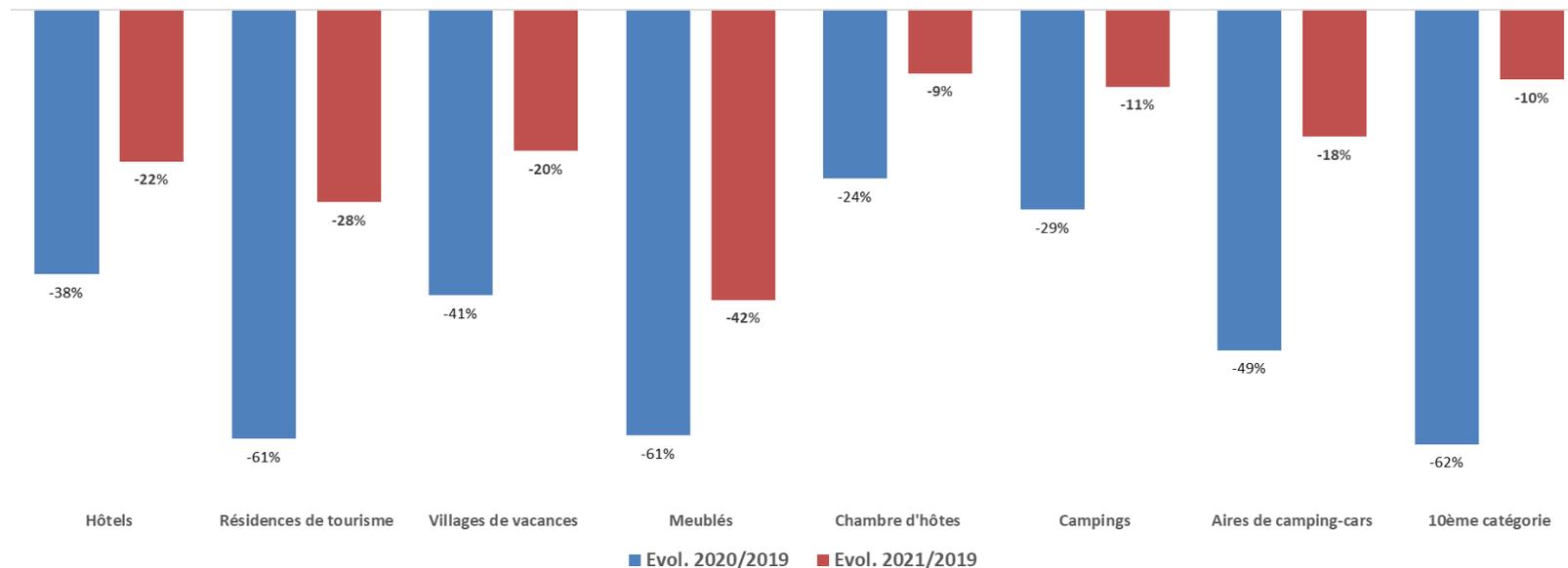


# 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous quelques graphiques illustrant le bilan 2021 :

## Evolution des nuitées déclarées par type d'hébergements

(source "taxe de séjour" - nuitées déclarées par les hébergeurs en direct)



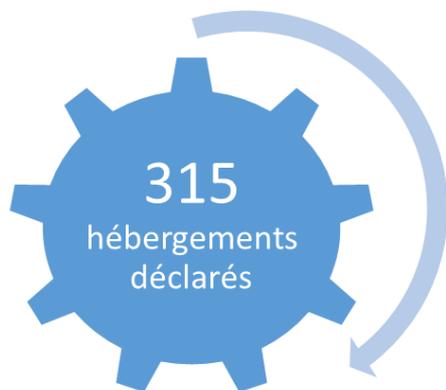
## 1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

SUIVI DE L'OUTIL DÉCLALOC' « CERFA » MIS EN PLACE LE 1<sup>ER</sup> JANVIER 2020 SUR DLVAGGLO

Développé par la Société Nouveaux Territoires, l'outil « DECLALOC Cerfa » permet la dématérialisation de la déclaration CERFA de mise en location de meublé de tourisme et de chambre d'hôtes.

Cette application est un outil complémentaire à la plateforme « Taxe de séjour ».

A ce jour, 21 communes sur 25 sont adhérentes.





## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

Organisation du nouveau « Bureau d'Information Touristique » à Riez – installation le 1<sup>er</sup> août 2021

Montant des travaux d'aménagement : **25 017,47 €uros**



REDMI NOTE 8 PRO  
AI QUAD CAMERA

REDMI NOTE 8 PRO  
AI QUAD CAMERA



## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

Organisation du nouveau « Bureau d'Information Touristique » à Valensole – installation le 15 novembre 2021

Montant des travaux d'aménagement : **19 039,54 €uros**





## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

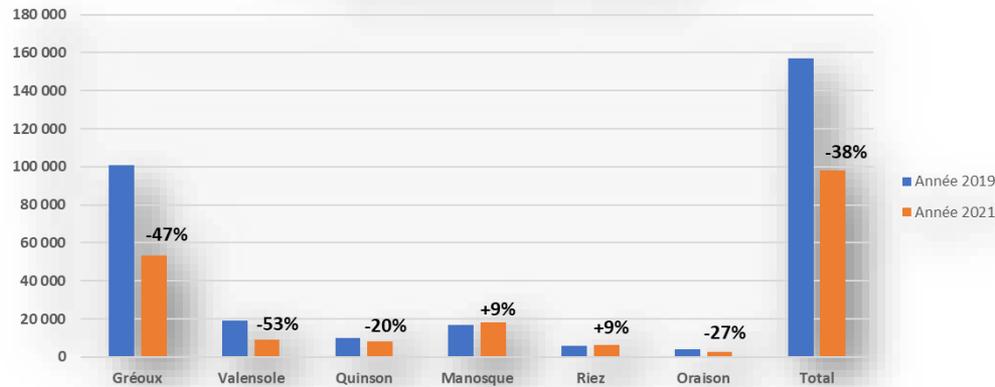
Conformément aux décisions du Gouvernement en début d'année, **nos bureaux d'accueil ont fermé le 6 avril pour réouvrir le 3 mai.**

En 2021, nos 6 bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **97 970 personnes, soit une baisse de 38% par rapport à 2019.**

Cette fréquentation se répartit comme suit : **91% de français, 9% d'étrangers.**



Fréquentation des bureaux d'information touristique (fermés du 6 avril au 2 mai inclus)



### E-réputation des BIT (Google My Business)

Gréoux-les-Bains : **4,1/5** (228 avis)

Manosque : **3,9/5** (56 avis)

Quinson : **4,7/5** (22 avis)

Riez : **4/5** (7 avis)

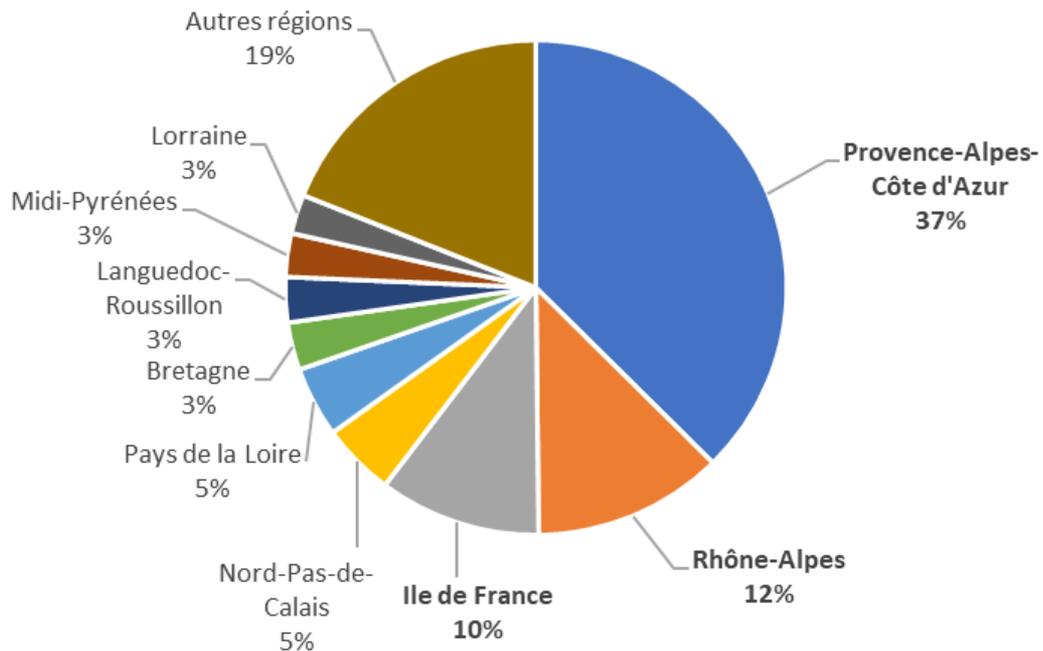
Valensole : **4,4/5** (57 avis)

Oraison : **5/5** (1 avis)

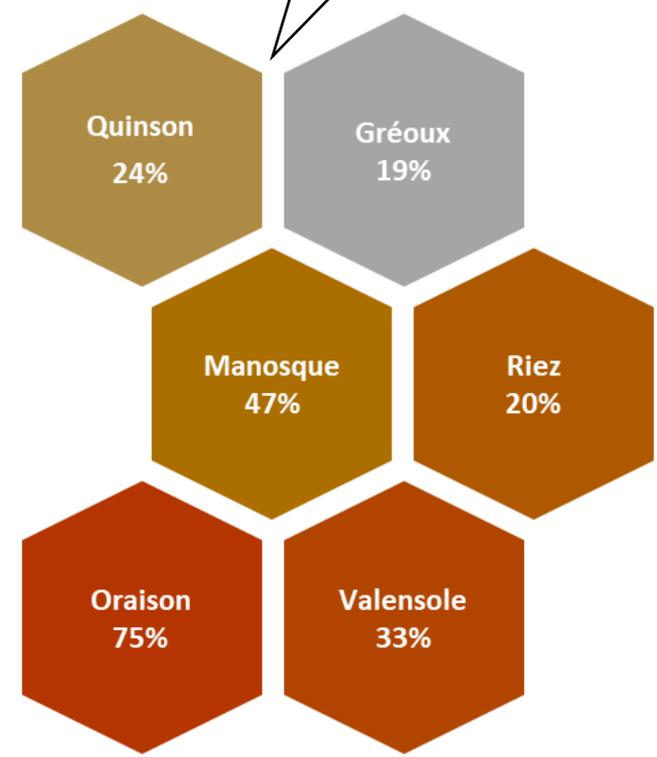


## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

OTC DLV Agglo - fréquentation de nos bureaux d'accueil -  
Origine de la clientèle française - année 2021



Quote-part de la clientèle régionale par BIT

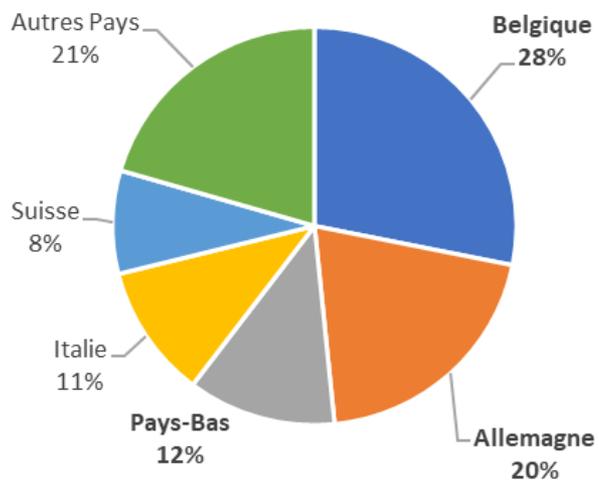




## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Nos bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **59 nationalités différentes**.

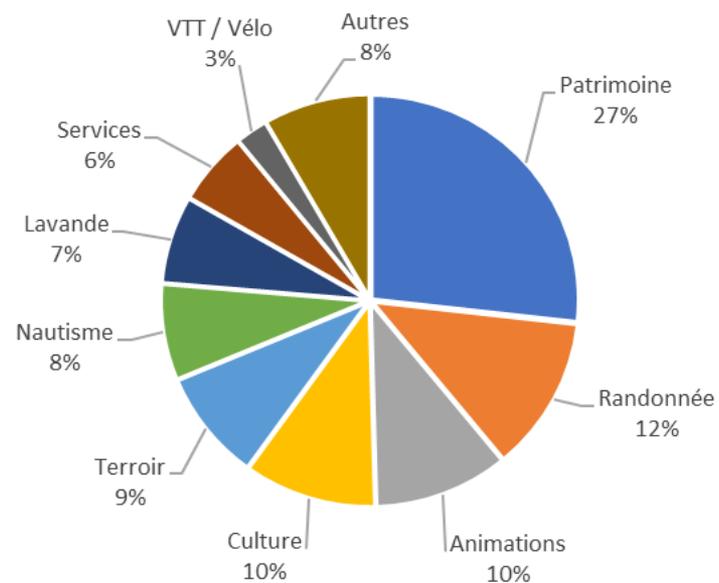
### OTC DLV Agglo - fréquentation de nos bureaux d'accueil - Origine des principales clientèles étrangères - année 2021



Via un outil de « Gestion Relation Client » (GRC), la **qualification au comptoir est harmonisée**.

Vous trouverez ci-dessous un exemple d'analyse :

### Office de Tourisme Communautaire DLVA Répartition des demandes par type d'information recherchée





## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

### Le concept « d'Internet de séjour© »

La recherche et la réservation d'activités ne se font pas en même temps que la recherche et l'achat d'hébergement ou de transport (85% des voyageurs programment leurs activités après être arrivés sur la destination).

Les touristes ont donc besoin d'être informés pendant leur séjour sur les activités qu'ils peuvent découvrir et consommer durant leur séjour. L'internet de séjour est un dispositif « Responsive Web Design » entièrement dédié aux touristes présents sur la destination.

Développement et promotion d'une plateforme de recherche d'activités (solution « Coq Trotteur ») connectée à notre Système d'Information Touristique APIDAE.

Avec plus de 800 objets touristiques accessibles en temps réel via un moteur de recherche attractif, le touriste découvre facilement notre territoire et les activités adaptés à ses envies grâce à des filtres hyper-personnalisés. Grâce à ce concept, nos prestataires peuvent enregistrer une réelle augmentation d'activité.

Nous avons créé et diffusé aux professionnels du territoire un « KIT de communication » composé d'affiches et de stickers.



### Résultats 2021 :

1,4 millions de fiches Apidae visionnées  
26 206 sessions - 314 412 clics  
Temps passé moyen : plus de 3 minutes  
188 parcours créés



QR Code :  
9 860 flash





## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

### Les demandes de documentation

La documentation dans les Offices de Tourisme requiert une gestion exemplaire dans le traitement des demandes et l'exploitation statistique, a fortiori avec les exigences de la marque Qualité Tourisme.

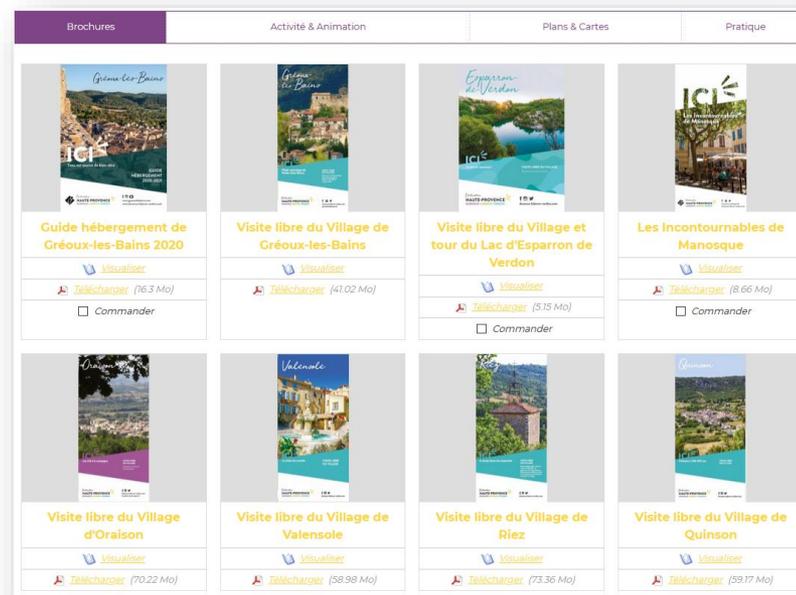
Nous utilisons un logiciel métier pour la gestion des documentations et des brochures développé par la Société Ingénierie et qui met à notre disposition les fonctionnalités suivantes :

- Demande de documentation en ligne et téléchargement
- Formulaire de contact en Responsive Web Design personnalisé
- Traitement des demandes et envoi des documentations
- Centralisation et gestion des demandes de documentation
- Envoi automatique et personnalisé d'un mail de confirmation
- Gestion des files d'attente des demandes pour les documentations en cours d'impression
- Gestion des conflits liés aux courriers multiples, réédition de courriers
- Statistiques pour les documentations envoyées par courrier, téléchargés

L'Office de Tourisme a enregistré **9 250 demandes de documentation** en 2021 auxquelles se rajoutent près de **12 537 téléchargements** en ligne (+ 6,89 %).

### TOP 4 des documents téléchargés ou consultés :

- Guide Hébergement de Gréoux-les-Bains
- Jours de marchés
- Magazine de Destination
- Les Incontournables de Manosque





## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

### La gestion de l'information

L'information est le capital n° 1 de l'Office de Tourisme. « L'enjeu de l'Internet de demain résidera dans le contenu : « content is king ». Or, qui mieux que l'office de tourisme est placé pour détenir l'information exacte, qualifiée et officielle de l'offre locale. Cela fait partie de ses missions régaliennes, définies par le code du tourisme.

L'évolution rapide du e-tourisme a augmenté fortement les besoins en matière de données, tout particulièrement pour alimenter tous les dispositifs liés au tourisme numérique (sites web, réseaux sociaux, applications mobiles, etc.).

Dans un souci de mutualisation, de rationalisation et de professionnalisation, l'Office de Tourisme adhère au système d'information touristique interrégional dénommé « APIDAE » (coût : 3 350 Euros). Nous sommes le producteur officiel de l'information sur notre territoire de compétence. Ce système d'information constitue le cœur de notre organisation pour la gestion de l'information touristique locale.

Les données d'un système d'information touristique peuvent ainsi être exploitées pour alimenter des sites Web, des applications mobiles, des bornes interactives, pour créer des widgets sur des sites partenaires ou pour produire des éditions papier. **Si la collecte de la donnée constitue l'étape indispensable, la finalité du système réside dans la diffusion de la donnée.**

**6 706 objets touristiques** saisis et/ou mis à jour dans la base de données APIDAE



Les informations saisies et mises à jour dans APIDAE remontent sur **10 grands canaux « internes »** (sites internet, éditions à la demande, écrans dynamiques, éditions papiers, module pour la gestion de la relation clients, internet de séjour ...) **et sur les outils numériques d'une vingtaine de partenaires** (AD04, CRT, Mapado, etc. ...)

## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Utilisation de solutions technologiques développées par la Société DAHUB afin de gagner en efficacité sur la gestion et la mise à jour des données touristiques

Cet outil permet d'automatiser et d'actualiser en temps réel la collecte de données des prestataires. Il se connecte au système d'information touristique, récupère et analyse les données, les complète si besoin en allant chercher ce qui manque (horaires, descriptif, tarifs, ...).

Des fonctionnalités importantes : écriture sans ressaisie dans le SIT, synchronisation automatique des données du SIT, envoi de questionnaires web personnalisés, ...

**Hubo** collecte, trie et organise

les données touristiques locales

**Hubo** automatise

Vos campagnes de mise à jour



A l'aide de Questionnaires web interactifs



**Apidae**  
L'INFORMATION TOURISTIQUE



- [ Site Internet de l'office de tourisme
- [ Vecteurs de Communication papier, mailing, web..
- [ Moteur de Recherche SIT, CMS...

## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

### Réalisation d'une vidéo de promotion du Système d'Information Touristique APIDAE

afin de présenter l'outil et la valeur ajoutée pour un professionnel d'être référencé dans cette base de données sans oublier d'illustrer au mieux l'importance de mettre à jour la donnée.

Cette vidéo a été envoyée lors de la campagne de mise à jour des fiches « Hébergement » 2022. Elle est également disponible sur notre chaîne Youtube (Durance Luberon verdon Tourisme).



### Différentes actualités

#### Rendez-vous « Pros » et partage des bonnes pratiques APIDAE :

- Vélo Loisir Provence
- Parcs Naturels Régionaux du Verdon et du Luberon
- OTI Provence Verte et Verdon et Forcalquier - Montagne de Lure

#### Ouverture des extranet APIDAE :

- Service communication DLVAgglo
- Service culturel DLVAgglo
- Centre Jean Giono
- Ville de Manosque

#### Nouveautés :

- Acquisition d'APIDAE Journée Européenne du Patrimoine pour une qualification ciblée et création d'édition dédiée

#### Mise en place de Widgets :

- Mairie de St-Martin-de-Brômes

#### Projet Site Web APIDAE :

- Refonte du projet Apidae du site internet de la ville de Manosque



## 2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

### Les éditions sur-mesure et à la demande

Dans les bureaux d'accueil, les demandes de la clientèle sont **extrêmement variées**. Les documents édités ne pouvaient pas toujours apporter de réponse ciblée et personnalisée.

Il nous a paru pertinent d'exploiter les données APIDAE pour générer rapidement des documents professionnels qui pouvaient répondre aux différentes attentes. La solution Edit Yourself permet d'éditer en quelques clics des documents de présentation professionnelle à imprimer à l'accueil ou à envoyer par mail en pdf.

A partir de sélections APIDAE prédéfinies ou recherchées à la demande, les conseillers en séjour réalisent « à la demande » :

- Des listes d'hébergements de tout ou une partie du territoire,
- Des programmes d'animation (mois, semaine, WE),
- Des listes des brocantes, etc. ...

L'ergonomie de cet outil a permis une appropriation très rapide de toute l'équipe d'accueil. Il permet à chacun une grande autonomie pour produire un document, durable ou éphémère, adapté à son besoin du moment.

Le travail de fourni, parfois ingrat et fastidieux, de la saisie des fiches APIDAE est ainsi largement valorisé.

**ICI**  
Haute-Provence et Pays de Manosque Du 7/12/19 au 13/12/19

**FOCUS**

**MARDI 10 DÉCEMBRE**  
Manosque Spectacle "LoDka"

Manosque  
Concert anniversaire Beethoven  
Participation libre, le concert est gratuit, un chapeau sera disponible pour la participation aux Trés.  
En prévision de l'Année Beethoven en 2020, commémorer le 200ème anniversaire de sa naissance, François Badier et Olivier Lechardeur se produisent en concert.  
04 92 87 89 63

Ateliers "récup' renov"  
14h-16h Les P tits Débroutillés  
Gratuit.  
Régionalité, transformons vos objets pour mieux jouer / Plein d'astuces pour faire des économies et diminuer vos déchets /  
04 92 87 89 63

Atelier "comprendre le yoga, le visible et l'invisible"  
15h-18h Bleu de l'Inde  
Plen tant : 30 €  
Les concerts, les formations de vie, les corps Théâtres, expériences, applications pratiques. Atelier avec Bernard  
06 72 12 79 99 - 06 42 27 91 04

Ciné Filou : "Loups tendres et loufoques"  
16h Mercredi 27 novembre et 04 décembre, samedi 30 et 07 novembre, dimanche 01 et 08 décembre à 15h00 / CGR Cinémas  
Du 18 septembre 2019 jusqu'au 27 janvier 2020, 10 films seront projetés les mercredis, samedis et dimanches sur 10 différentes semaines.  
Du 27 novembre au 08 décembre / Film projeté "Loups tendres et loufoques"  
0952 688 588

**Samedi 7 Décembre**  
La Brillanne Le petit facteur de Noël  
15h-16h Médiathèque  
Gratuit.  
Par Sophie Stankevich  
Jeunesse est factice. La veille de Noël elle doit donner le courrier des enfants au Père-Noël, c'est urgent et elle est en retard !  
04 92 78 97 35

É bureau d'accueil pour vous accueillir, vous renseigner, vous conseiller dans l'organisation de votre séjour ou de vos vacances.  
Bureau de Bains - Tél : 04.92.78.01.00  
Manosque - Tél : 04.92.72.91.00  
Briançon - Tél : 04.92.78.00.00  
Bonneville - Tél : 04.92.77.00.00  
Valence - Tél : 04.92.74.90.02

**ICI**  
Les Basses Gorges du Verdon Du 7/12/19 au 13/12/19

**FOCUS**

**SAMEDI 7 DÉCEMBRE**  
Gréoux-les-Bains Portes ouvertes et Marché de Noël, Thèmes de Gréoux-les-Bains

Gréoux-les-Bains  
Portes ouvertes et Marché de Noël, Thèmes de Gréoux-les-Bains  
Entrée libre.  
Visite des thèmes et du village. Marché de Noël Artisans et producteurs locaux: Stand vins et spiritueux, beauté et bien être, artisanat et produits de Provence, idées cadeaux... Animations enfants, cadeaux Spa à gagner et plinks d'autres surprises  
04 92 70 44 96

Améliorations musicales  
19h-23h Casino Partouche Gréoux, Avenue des Thèmes  
Plin tant : 12,91 25 €  
Une ambiance musicale est proposée tous les samedis à partir de 19h à la brasserie du Casino  
04 92 70 00 00

Quinson Tous au théâtre  
18h30 Tap Factory : spectacle pour adultes et enfants à partir de 6 ans. Théâtre de Dragagnon. Début du spectacle à 19h30 / Les Brédars  
Adulte : 10 20 € / Enfant 12 €  
Découvrez cette belle programmation théâtrale avec des spectacles à destination des adultes et des enfants. Kabarak et Tap Factory auront lieu au Théâtre de Dragagnon. Prenez un Réveil sur d'Alsace-Provence et mieux et Phasmas à Salernes.  
06 07 52 32 60

É bureau d'accueil pour vous accueillir, vous renseigner, vous conseiller dans l'organisation de votre séjour ou de vos vacances.  
Bureau de Bains - Tél : 04.92.78.01.00  
Manosque - Tél : 04.92.72.91.00  
Briançon - Tél : 04.92.78.00.00  
Bonneville - Tél : 04.92.77.00.00  
Valence - Tél : 04.92.74.90.02





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

#### Les éditions touristiques



Support	Recettes (annonces publicitaires)	Dépenses (PAO et impression)
Carte du plateau de Valensole	2 640 €	2 075 €
Les Incontournables de Manosque	3 168 €	1 647 €
Agritourisme - Supplément La Provence	6 000 €	7 000 €

Support	Quantité
Guide « Familles » <b>(NOUVEAU)</b>	10 000 ex.
Plan de ville Quinson <b>(NOUVEAU)</b>	50 blocs
Visite Puimoisson FR/GB <b>(NOUVEAU)</b>	7 500 ex.
Balades ludiques - Randoland (13 communes)	5 000 ex.
Visite Gréoux-les-Bains FR/D/GB	7 000 ex.
Visite Valensole FR/GB/CH/IT	5 000 ex.
Visite Riez FR/GB	3 000 ex.
Visite Oraison FR/GB/ALL	2 500 ex.
Visite Quinson FR/GB/ALL	1 500 ex.
Visite Esparron-de-Verdon FR/D/GB	10 000 ex.
Visite Vinon-sur-Verdon FR/GB	4500 ex.
Guide Pratique de Gréoux-les-Bains	Numérique
Guide Hébergement de Gréoux-les-Bains	Numérique
Carte de randonnée de Saint-Martin-de-Brômes	500 ex.
Guide de la pêche	5 000 ex.
Plan de Gréoux-les-Bains	20 000 ex.
Route du Plateau de Valensole <b>(NOUVEAU)</b>	3 500 ex.
Flyer « jours de marché » FR/D/GB/IT	10 000 ex.
Carte touristique du Plateau de Valensole FR/D/GB	20 000 ex.
Les Incontournables de Manosque	15 000 ex.
Agenda des Manifestations « Ici & Aujourd'hui »	50 350 ex.

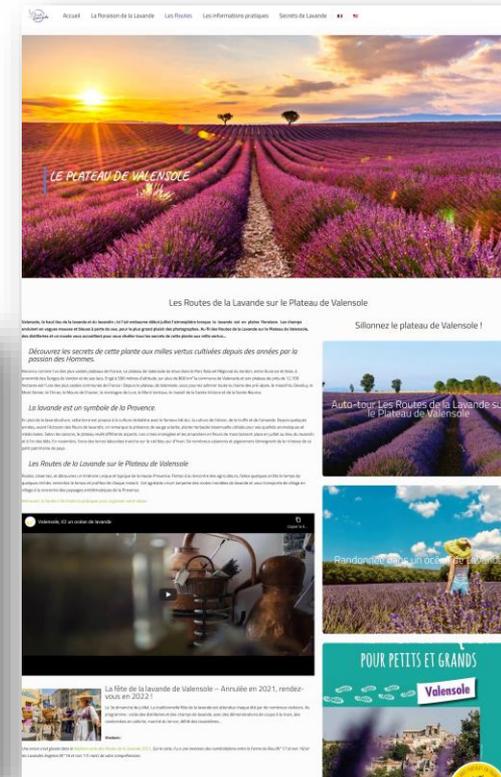


### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### La Route la Lavande – Circuit découverte du Plateau de Valensole

Partenariat et co-branding avec « Les Routes de la Lavande »

- **Création d'une page dédiée au plateau de Valensole** sur le site [www.routes-lavande.com](http://www.routes-lavande.com) comprenant des visuels, des textes, les partenaires des « Routes de la Lavande » et de l'office de tourisme, des suggestions de parcours, ...
- **Digitalisation de l'autotour** sur la page dédiée au plateau de Valensole incluant la carte du parcours, un descriptif général, le pas-à-pas, les POI et un lien de téléchargement de la carte au format PDF.
- **Digitalisation d'une randonnée pédestre sur le thème de la lavande** incluant la carte du parcours, un descriptif général, le pas-à-pas, les POI et un lien de téléchargement de la carte au format PDF.
- **Insertion de la randonnée sur la carte imprimée des « Routes de la Lavande »** éditée à 70 000 exemplaires - Valorisation de ces contenus sur les réseaux sociaux des « Routes de la Lavande »



Globales		
	Nombre	variation
Visiteurs	67 000 <i>dont 60% du 1er juin au 31 août</i>	+40%
Pages vues	190 000 <i>dont 64% du 1er juin au 31 août</i>	+40%
Durée moyenne	02:00	
Taux de rebond	58%	

Page Plateau de Valensole	
	Nombre
Visiteurs	6 500
Pages vues	8 500
Durée moyenne	02:39
Taux de rebond	74%





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



*Pour les randonneurs, les alpinistes, les cyclistes, les explorateurs, les familles et tous les amateurs d'activité de pleine nature.*

## Outdoor Active - Plateforme de promotion des activités et loisirs de pleine nature

Plateforme européenne dédiée à la pratique des sports « outdoor » et activités sportives en plein air, permettant à ses membres **(10 millions en France et à l'étranger)** de trouver et de partager sur le web et sur application mobile des milliers d'activités, d'itinéraires à pied, à vélo, à cheval... et ainsi mieux organiser leurs sorties ou leurs séjours.

**Création d'un compte de destination** avec mise en valeurs des activités de pleine nature : Circuits cyclo et VTT, Parcours de randonnée pédestre, Kayak, Site d'escalade Ainsi que des points d'intérêts (points de vue, sites remarquables) du territoire



outdooractive

VUE D'ENSEMBLE ÉQUIPE COLLECTIONS CONTENUS CONTACT

Destination **HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON

## Durance Luberon Verdon Tourisme

**Destination Haute-Provence**

Au coeur de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, entre les parcs naturels régionaux du **Luberon** et du **Verdon**, autour de la ville centre de Manosque, notre destination offre un cadre idéal pour tous les sportifs.

Ce pays de Haute-Provence, fait de grands espaces et célébré dans les romans de Jean Giono, offre toute la panoplie des loisirs de pleine nature accessibles à tous : randonnée pédestre ou équestre, cyclotourisme ou VTT, sports d'eau ou baignade...

Ici, le climat est méditerranéen et le soleil brille 300 jours par an ! Ici, la nature est généreuse et les paysages différents : champs de lavande, oliveraies, garrigues, collines, lacs, gorges ... autant de terrains propices au dépassement ! **Ici, le sport est en pleine nature !**



Toutes nos randonnées  
Notre sélection des plus belles randonnées !



Tous nos parcours VTT



Pour les plus sportifs !  
Notre sélection de randonnées pédestres et à VTT pour les plus sportifs !



Activités en famille  
Découvrez notre sélection d'activités de pleine nature pour toute la famille : - nos plus belles balades - nos plus beaux itinéraires à vélo - kayak



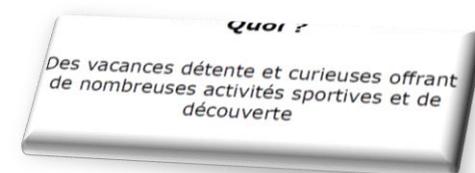
### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Mise en œuvre d'une stratégie de communication en direction de la clientèle « familles »

**Constat :** la famille actuelle est plurielle : parents/enfants adolescents, grands-parents/enfants adolescents, familles monoparentales, « fratries », « cousinades » ... L'enfant est devenu prescripteur au sein de la famille, son avis est systématiquement pris en compte. Son influence est donc forte que ce soit en termes d'achat ou même de choix de destination de vacances.

#### La stratégie de communication

- Création d'un critère interne dédié à cette offre « Familles ».
- Réalisation d'un dossier de presse dédié
- Insertions publicitaires
- Accueil d'influenceurs : Charlotte Aime (juillet 2021) et Cash Pistache (septembre 2021).
- Emissions de radio : RCF (mai 2021), Radio Verdon (printemps 2021), Fréquence Mistral (Mai 2021)
- Réalisation de vidéos promotionnelles
- Mise en place du hashtag #ActivitesEnFamille et création d'une story permanente Famille sur Instagram
- Campagne digitale « *Social Médias* » ciblée pendant les vacances de pâques : **34 854 vues sur Facebook** et **1 775 partages**
- Mise en place d'un filtre sur notre internet de séjour coq trotteur
- Promotion de cette offre sur tous les « Google My Business »
- Diffusion des supports de communication





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Mise en œuvre d'une stratégie de communication en direction de la clientèle « familles » (suite)

#### Nouveauté 2021 : le Guide « Familles »

Guide répertoriant l'offre « familles » du territoire et au-delà (vision client) par thème : culturelles, ludiques, nautiques, sportives et équestres.

Le guide contient les informations froides et la plus-value (mise en avant par le prestataire) de l'activité permettant aux familles de s'orienter par un choix éclairé.

Ce support a rencontré un succès. Il correspond parfaitement aux attentes des visiteurs et aux besoins de nos hébergeurs.

De mai à novembre 2021, nous avons diffusé 8 000 guides.

**ALIZEE ELECTRONIC**

Plage Saint-Julien 04800 GRÉDOUX-LES-BAINS | Le Parc 04800 ESARRON-DE-VERDON

De début juin à fin septembre | De mars à octobre

Venez découvrir le lac d'Esparron-de-Verdon et les Basses Gorges grâce au pilotage facile d'un bateau électrique sans permis. Plusieurs bases nautiques au départ : Saint-Julien Plage, Esparron-de-Verdon ou Baudouin.

Vente de cartes cadeaux spéciales « Familles » et « Fête des Pères »

04 92 75 44 69

De 22€ à 179€ selon la prestation choisie.

contact@location-bateau-verdon.fr | www.location-bateau-verdon.fr

Durée de l'activité : De 1h à la journée

**CANYON PARC**

Rte de Valensole - Domaine de Château Laval 04800 GRÉDOUX-LES-BAINS

Plus de 80 ateliers avec 6 parcours adultes et juniors, 1 quick jump, 1 espace enfant pour les - 8 ans. Nouveautés 2022, venez découvrir les ateliers !

Ouvert pendant les vacances scolaires : tous les jours de 13h30 à 19h (dernier départ 16h). Juillet et août de 10h à 19h30 (dernier départ 17h). Hors périodes scolaires, les week-ends mercredi après midi et jours fériés de 13h30 à 19h. Pour les groupes sur réservation à partir de 10 pers.

06 75 22 39 89

www.canyon-parc.fr

Canyon-Parc-04

Activités spécial anniversaire et événements spéciaux : Réservation obligatoire.

Pour les 3-7 ans : 11€ - Pour les 8-14 ans : 10€ - Pour les + 14 ans : 21€

Accès au site pendant 2 heures.

Durée de l'activité : De 2h à 3h

**ICI**

des activités pour toute la famille

Laissez-vous guider par Ludo, notre ami, le petit Romain.

toujours prêt à vous embarquer avec lui dans de nouvelles aventures...

Destination HAUTE-PROVENCE DURANCE LUBERON VERDON

durance-luberon-verdon.com

**SOMMAIRE**

- ACTIVITÉS CULTURELLES | 04
- ACTIVITÉS LUDIQUES | 14
- ACTIVITÉS NAUTIQUES | 28
- ACTIVITÉS SPORTIVES | 35
- ACTIVITÉS ÉQUESTRES | 43

ICI, J'APPRENDS !

ICI, JE M'AMUSE !

ICI, JE BARBOTE !

ICI, JE BOUGE !

ICI, JE GALOPE !





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Mise en œuvre d'une stratégie de communication en direction de la clientèle « familles » (suite)

##### Les « Balades à jouer »

Ce livret propose de découvrir, ou redécouvrir, les 25 communes de Durance Luberon Verdon. **Entre balades, visites et jeux, ce guide de 80 pages permet de partir à la découverte du patrimoine grâce à ses plans et ses idées de promenades.**

Du moulin de Montfuron aux noms des rues d'Oraison en passant par les remparts médiévaux de Gréoux-les-Bains ou les falaises d'Esparron-de-Verdon, les itinéraires incitent à lever les yeux pour trouver une date ou quelques lettres, afin de compléter les jeux proposés. Au fil des réponses, on en apprend un peu plus sur l'histoire, la culture ou la géographie des lieux traversés.

Grâce à son format poche, c'est un compagnon de voyage amusant, riche de nombreuses informations pratiques, historiques ou culturelles. Destiné à un public plus large (*adultes et ados, à partir du collège*), c'est un très bon complément des fiches balades ludiques Randoland.

Le livret « Balades à jouer », édité également par Randoland, est en vente (8 euros) dans les Bureaux d'Information Touristique de DLVA (à Gréoux-les-Bains, Manosque, Oraison, Quinson, Riez et Valensole).

**57 guides « Balades à jouer » ont été vendus en 2021 par nos bureaux d'accueil.**

**BALADES à jouer**

**ICI je découvre en m'amusant !**

Découvrez en autonomie le patrimoine insoupçonné de nos villes et villages et laissez-vous guider par les circuits proposés ponctués d'activités ludiques : une énigme, un sudoku, des mots mêlés ou encore des messages à décoder...  
Bonnes visites et bons jeux !

**8 €**

**GUIDE EN VENTE DANS TOUS NOS OFFICES DE TOURISME**  
GRÉOUX-LES-BAINS, MANOSQUE, ORAISON, QUINSON, RIEZ, VALENSOLE

Destination **HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON

REGION SUD PROVENCE  
ALPES PROVENCE  
PROVENCE  
OFFICE PROVENCE  
QUALITE

durance-luberon-verdon.com

DLVA  
PROVENCE  
ALPES PROVENCE  
PROVENCE  
OFFICE PROVENCE  
QUALITE



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Les salons de promotion

Conformément à ses missions de promotion et de communication touristiques, l'Office de Tourisme a participé à des salons de promotion ainsi qu'à des opérations de promotion.

Ces opérations constituent un moyen privilégié de confronter l'offre à la demande mais également de présenter à des prospects les atouts touristiques de notre territoire.

Ces salons ou opérations de promotion peuvent être réalisés en partenariat avec une institution ou un acteur privé (AD 04, Chaîne Thermale du Soleil, ...).



Salons	Lieu	Dates
<b>Le Tour de La Provence</b>	Six-Four-les-plages Manosque Chalet Reynard - Mont Ventoux Salon de Provence	DU 11 AU 14 FÉVRIER
<b>Les Terres de Jim</b>	Corbières	DU 10 AU 12 SEPTEMBRE
<b>ID Week-end</b>	Nice	DU 1 <sup>ER</sup> AU 3 OCTOBRE
<b>Roc d'Azur</b>	Fréjus	DU 7 AU 10 OCTOBRE
<b>Salon International du Tourisme et des voyages</b>	Colmar	DU 11 AU 14 NOVEMBRE
<b>Salon Horizon senior</b>	Lyon	DU 23 AU 25 NOVEMBRE



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Les sites web

L'Office de Tourisme gère trois sites Internet résolument tournés vers un tourisme numérique et connecté :

- [www.greouxlesbains.com](http://www.greouxlesbains.com) (site quadrilingue : FR, GB, D, I)
- [www.tourisme-manosque.fr](http://www.tourisme-manosque.fr) (site en français uniquement)
- [www.durance-luberon-verdon.com](http://www.durance-luberon-verdon.com) (site bilingue : FR, GB)



Ces sites web présentent les caractéristiques suivantes :

- interfacés avec le Système d'information touristique APIDAE
- **billetterie en ligne**
- **chat en ligne**
- structurés avec de la consultation ou du téléchargement de la documentation (*brochures, plans, cartes, ...*)
- connectés aux réseaux sociaux et adaptés au m-tourisme grâce au Responsive Web Design
- Intégrant un moteur de recherche de disponibilités et une « gestion relation client » (*inscription à la newsletter, formulaire de contacts, etc. ...*)





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Chiffres clés 2021 pour [www.greoux-les-bains.com](http://www.greoux-les-bains.com)

- **132 350 utilisateurs**      Evolution N - 1 : + 13 %      Evolution N - 2 : - 15 %
- **580 105 pages vues**      Evolution N - 1 : - 5,73 %      Evolution N - 2 : - 27 %

Temps moyen passé sur la page

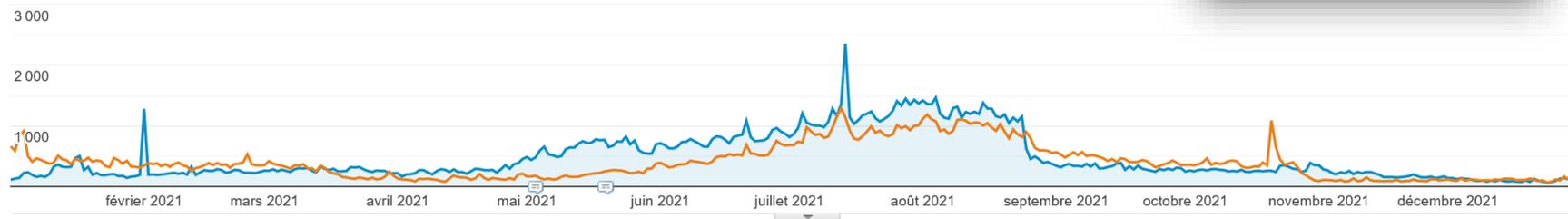
**16,59 %**

00:01:18 / 00:01:07



1 janv. 2021 - 31 déc. 2021 : ● Utilisateurs

2 janv. 2020 - 31 déc. 2020 : ● Utilisateurs



**Taux de rebond : - 44 %** (par rapport à 2019)

Ce taux correspond au nombre de personne qui quitte le site en ayant consulté qu'une seule page. Il passe de 33% à 18%. **Ce chiffre est excellent et prouve que les visiteurs naviguent sur le site.**

Page	Pages vues	% Pages vues
1. /	72079	12,62 %
2. /je-decouvre/la-station/les-thermes/	22132	3,88 %
3. /je-prepare/hebergements/locations-meubles/	16734	2,93 %
4. /jy-suis-deja/terroir-et-saveurs/marches/	13487	2,36 %
5. /jy-suis-deja/agenda/	12754	2,23 %
6. /je-decouvre/la-region/les-plaisirs-de-leau-verdon/	10675	1,87 %
7. /je-decouvre/la-station/notre-village-provencal-de-caractere/	10640	1,86 %
8. /je-decouvre/la-region/les-plaisirs-de-leau-verdon/activites-nautiques-lac-desparron-de-verdon-basses-gorges/	9386	1,64 %
9. /jy-suis-deja/activites/activites-nautiques-verdon/	8750	1,53 %
10. /je-decouvre/la-region/villages-pittoresques-et-authentiques/	7478	1,31 %



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Chiffres clés 2021 pour [www.tourisme-manosque.fr](http://www.tourisme-manosque.fr)

- **81 483 utilisateurs** Evolution N - 1 : **- 2%** Evolution N - 2 : **- 3 %**
- **225 978 pages vues** Evolution N - 1 : **- 11 %** Evolution N - 2 : **- 16 %**

Temps moyen passé sur la page

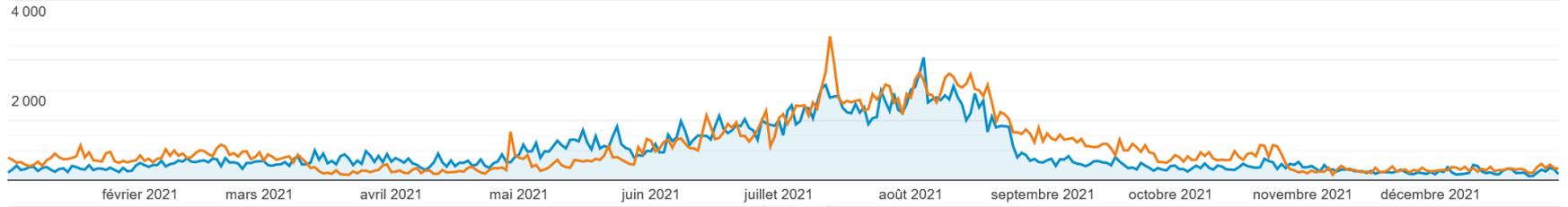
**12,64 %**

00:01:21 / 00:01:12



1 janv. 2021 - 31 déc. 2021 : ● Pages vues

2 janv. 2020 - 31 déc. 2020 : ● Pages vues



Page	Pages vues	% Pages vues
1. /	40902	18,56 %
2. /je-prepare/idees-circuits/	9370	4,25 %
3. /jy-suis-deja/activites/	5866	2,66 %
4. /accueil/villages-pittoresques-authentiques/	4872	2,21 %
5. /jy-suis-deja/activites/sports-et-activites-de-pleine-nature/	4144	1,88 %
6. /jy-suis-deja/agenda/	3547	1,61 %



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Chiffres clés 2021 pour le portail [www.durance-luberon-verdon.com](http://www.durance-luberon-verdon.com)

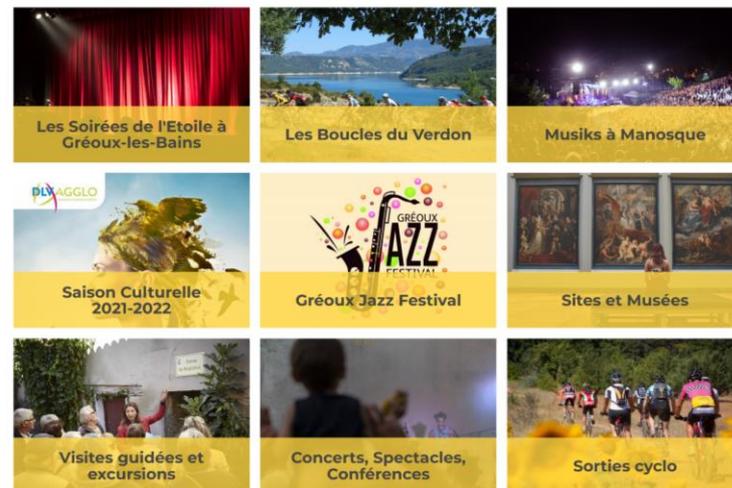
- **73 186 utilisateurs** Evolution N - 1 : + 60 %
- **293 071 pages vues** Evolution N - 1 : + 86 %



Forte hausse de la fréquentation due au service « billetterie en ligne » (la page la plus consultée après la « home page »)

#### BILLETTERIE EN LIGNE

Page	Pages vues
1. /	27 505
2. /reservation-en-ligne.html	18 948
3. /booking?action=panier&cid=5	8 698
4. /brochures-cartes-plans.html	6 800
5. /booking?cid=5&action=coordonnees	5 586
6. /les-lacs-et-les-rivieres.html	4 475
7. /booking?cid=5&action=coordonnees&action_dossier=creation&action_formulaire=envoieformulaire	4 010
8. /festival-les-correspondances-1.html	3 998
9. /festival-musiks-a-manosque-1-1.html	3 839
10. /activites.html	3 701





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### La communication numérique

Au-delà des compétences pour maîtriser ces technologies, ces outils de communication demandent beaucoup de moyens humains.

**Mise à jour des informations sur les sites, conception et diffusion de newsletters, animation des réseaux sociaux, ... autant d'activités au quotidien qui mobilisent des moyens humains importants mais qui sont aujourd'hui indispensables.**

#### POUR GARDER LE CONTACT : LES NEWSLETTERS et EMAILING

Réalisée en interne et adressée aux professionnels comme aux clients et touristes, nos lettres d'information numérique sont devenues un outil de communication privilégié.

**En 2021, le pôle « Attractivité et Développement » a réalisé 134 newsletters.**

#### FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Dans le respect de la ligne éditoriale, le pôle communication anime les réseaux sociaux suivants :

- Facebook : 10 636 abonnés (+4,58%)
- Instagram : 1 350 abonnés (+27,85%)
- Twitter : 492 abonnés (+17%)
- Youtube : 92 abonnés



The screenshot shows the Facebook profile page for 'Durance Luberon Verdon Tourisme'. The profile picture is a circular logo with the letters 'ICI' in yellow and a yellow starburst graphic. The cover photo is a light blue background with the text 'Durance Luberon Verdon Tourisme' and '@TourismeDLVA'. The page has a navigation menu on the left with options: Accueil, Publications, Avis, Vidéos, Photos, À propos, Évènements, Communauté, Welcome, Offres d'emploi, and Tickets. On the right, there is a 'Raccourcis' (Shortcuts) section with links to 'Durance Luberon V...', 'Les Soirées du Ch...', 'Centre de Congrès ...', and 'Foire aux Santons ...'. Below this is a 'Parcourir' (Browse) section with various categories like 'COVID-19 - Centre ...', 'Pages', 'Évènements', 'Groupes', 'Collectes de fonds', 'Gestionnaire de pu...', 'Jeux', 'Centre d'informatio...', 'Facebook Pay', 'Oculus', 'Vidéos en direct', 'Météo', 'Offres', 'Services de crise', 'Vidéos de jeux', 'Listes d'amis', 'Souvenirs', 'Activité publicitair...', 'Offres d'emploi', and 'Enregistrements'.



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Promotion du territoire (Filières, Produits, Destinations)

Montant dépensé : 70 000 euros HT



Calendrier des pompiers de Gréoux-les-Bains (station thermale)
Magazine « Balades » + achat de 1 000 tirés à part
Le Progrès Rhône-Alpes (notoriété destinations)
RCF podcast (stratégie familles)
RCF podcast (vélo)
RCF 20 spots (Pass Tourisme Manosque)
Editrel (territoire)
Supplément La Provence – spécial Agritourisme + 5 000 tirés à parts (Les Terres de Jim)
La Provence - supplément Sortir (Les Terres de Jim)
La Provence - supplément Sortir (Pass Tourisme Manosque)
Mouv'in (stratégie familles)
Haute Provence Info (vélo et stratégie familles)
Grandes Itinérances (route de la lavande)
France bleu Provence (Les Terres de Jim)
France bleu Provence (Pass Tourisme Manosque)
<b>Campagne régionale #onatousbesoinusud</b>
Chaîne Thermale du Soleil
Guide national (400 000 ex.) (Gréoux-les-Bains)
Chaîne Thermale du Soleil
Guide du curiste (Gréoux-les-Bains)
Campagne SEA 6 mois (Gréoux-les-Bains)
ABC Salles (tourisme d'affaires)
PACA Séminaires (tourisme d'affaires)
Provence Côte d'Azur EVENT (tourisme d'affaires)



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Promotion des évènements organisés à Gréoux-les-Bains dans le cadre de la mission « animation culturelle et festive de la station de Gréoux-les-Bains »

Manifestations	Coûts en € HT	Supports
Souvenirs des collines	3 837,10 €	Facebook, Mouv'in, Ecociné, La provence, Haute Provence, Radio Verdon
Soirées de l'Etoile	3 949,40€	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute Provence Info, Ecociné Verdon
Gréoux de Janeiro, été à Greoux	1 486 €	Facebook, Haute-Provence Info, Mouvin, La Provence
Automne musical	635 €	Mouv'in, Ecociné Verdon, Facebook, Haute Provence info
<b>TOTAL</b>	<b>9 907,5€</b>	



et nulle part ailleurs !

Organisé par l'Ensemble de Provence Verdon en partenariat avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVA





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Promotion des évènements organisés sur le territoire DLVA

Manifestations	Coûts en € HT	Supports
Fête du lac à Esparron de Verdon	671,00€	La Provence, Haute Provence
Fête des vendanges à Pierrevert	1 826,38€	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute Provence Info, Ecociné Verdon
Les Terres de Jim à Corbières	9 071,50€	Radio Verdon, La Provence, France Bleu Provence
<b>TOTAL</b>	<b>11 568,88€</b>	



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Autres types d'actions

- **Envoi régulier de communiqués à la presse locale** pour tous les événements et à une liste très élargie de médias pour les événements d'envergure ou d'intérêt régional
- **Participation à l'opération Relations Presse dans le cadre des « Destinations Thermales et Touristiques »**
  - ❑ **Workshop presse à Paris (23 juin 2021)**
  - ❑ **Envoi d'informations et d'actualités pour les communiqués et dossiers de presse et les réseaux sociaux dédiés**
- **Organisation de 7 accueils « presse » :**
  - ❑ **Accueil de l'influenceuse le blog cash pistache** : le 6 mai à Riez. Accueil organisé avec l'AD. (sujet : patrimoine).
  - ❑ **Accueil des influenceuses Itinera Magica et Foehn photographies** les 25 et 26 juin à Gréoux-les-Bains, Esparron-de-Verdon. Accueil organisé avec l'AD. (Sujet : *Entre fleurs des montagnes sur les cols d'altitude et lavandes du plateau de Valensole*).
  - ❑ **Voyage de presse Ampelo**, du 1<sup>er</sup> au 3 juillet, accueil de 7 journalistes. Accueil organisé avec Silfra Communication (sujet : œnotourisme).

- ❑ **Accueil de l'influenceuse Charlotte Aime** du 11 au 13 juillet à Gréoux-les-Bains, Saint-Laurent du Verdon, Esparron de Verdon, Quinson (sujet : *activités en famille*).
- ❑ **Accueil de Claudia Jörg Brosche et Martin Duschek journalistes autrichiens le 5 octobre à Gréoux-les-Bains, Quinson, Riez**. Accueil organisé avec le CRT,
- ❑ **Accueil de l'influenceuse le blog cash pistache** : les 25 et 26 octobre à Gréoux-les-Bains, Valensole et Quinson. Accueil organisé avec l'AD. (sujet : *activités en famille*).
- ❑ **Accueil de Marie Dougy Vin et tourisme** : les 24 et 25 novembre. (sujet : *œnotourisme*).





## 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

### Autres types d'actions

- **Création de 6 magazines sur l'antenne de la radio manosquine Fréquence Mistral :**

- ❑ 4 mai 2021 : Des activités pour les familles
- ❑ 15 juin 2021 : Vélo et itinérance
- ❑ 6 juillet 2021 : cet été - culture et loisirs
- ❑ 7 septembre 2021 : agritourisme et Terres de Jim
- ❑ 12 octobre 2021 : Gréoux-les-Bains, l'atout bien-être
- ❑ 14 décembre 2021: L'artisanat

- **Les circuits courts sur France Bleu Provence : du 8 janvier au 3 juin, chaque jeudi à 18h45 :**

La truffe noire de Villedieu, L'olive enchantée du Verdon, Bières Cerevisia, Boulangerie della casa, Cave de Regusse, Eric et Tine, Cœur de cigale, Perl'amande, Confiserie Doucet, Terraroma Jaubert, Biscuiterie maison Ré, Senteurs des collines, Le miel de Mina, Pâtes de blé dur mademoiselle de Provence, Fleurs du pays du Verdon, Ferme de la Pierrine, Poterie du vieux Riez, Coopérative Vinicole L'Emancipatrice, Brasserie Brass'bastelle, Safran et arômes de Provence et Terres de Bonaventure

- **Les circuits courts sur France Bleu Provence : du 2 septembre au 16 décembre à 17h45 :** La Pitayaya foodtruck, Lavandin de Margaux Megis, Les ruches de la bastide de castel, Brasserie des Basses Alpes, Moulin à Huile d'Olive de Gréoux, la Ferme du Montgramen, Domaine La Blaque, Santons Truffier Douzon, Santons Atelier Casa, O mas de la garenne, La safr'anerie, maison de pays, cdn poteries, Santons Gilli, Terre d'abondance, Couleurs paysannes.



Économie - Social

### Circuits courts en Provence

Par France Bleu Provence

Du lundi au vendredi à 7h56





### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



**PROVENCE**  
ENJOY THE UNEXPECTED

#### Autres types d'actions

- Participation aux actions du Contrat de Destination « Provence »

Coordonné par le Comité Régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Bouches du Rhône Tourisme, le contrat de destination « Provence » réunit 30 organismes qui mutualisent leurs moyens. Depuis sa création (2015), ce contrat est une réelle opportunité pour aller plus loin et franchir un cap dans la dynamique de promotion collective à l'international.

Prenant appui sur la marque « Provence Enjoy the unexpected », les objectifs de ce contrat sont :

- Développer la notoriété et l'attractivité de la Provence
- Accroître la fréquentation des clientèles européennes des principaux marchés émetteurs
- Attirer des clientèles lointaines et à haute contribution
- Développer les durées des séjours hors période estivale à travers une offre autour des manifestations

Nous avons adhéré au collectif en 2020.

Budget 2021 : 2 339,73 € HT



Destination  
**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON



### 3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

#### Autres types d'actions

- Participation à la campagne régionale 2021 #onatousbesoindusud (Budget 2021 : 20 000 Euros)

#### CAMPAGNE #ONATOUSBESOINDUSUD 2021

##### RAPPEL DES OBJECTIFS

1. Une **approche collective** pour faire ensemble ce que l'on ne peut pas faire seuls
2. Combiner **notoriété Sud, notoriété destinations infra et conversion**.
3. Favoriser les grands médias nationaux avec un **ciblage CSP+** pour palier l'absence des clientèles étrangères lointaines.
4. Communiquer pour encourager les déplacements sur les **ailles de saison** prioritairement et sur le début de l'été pour les Alpes.
5. Garder le + de **flexibilité** possible pour s'adapter au contexte sanitaire

⇨ Les partenaires OT financeurs de la campagne





## 4° L'ANIMATION CULTURELLE ET FESTIVE DE LA STATION DE GRÉOUX-LES-BAINS

Dans une station thermale, l'organisation d'animations culturelles, festives ou sportives est incontournable.

Il s'agit de proposer aux curistes un lieu de séjour animé afin de passer « un bon moment » mais surtout de potentialiser les effets de la cure. La concurrence est telle que les stations qui n'offriraient pas d'animations seraient négligées par les curistes au profit de destinations mieux organisées. L'enjeu est aussi pour les stations, non seulement de fidéliser les clients, mais également d'en attirer de nouveaux car les animations sont un facteur de notoriété. La finalité est donc économique. Elle vise à accroître la fréquentation de la station.

Pour toutes ces raisons, d'un commun accord entre DLVA et la Commune de Gréoux-les-Bains, l'Office de Tourisme Communautaire s'est vu confier « l'animation culturelle et festive de la station de Gréoux-les-Bains ».

**Vous trouverez ci-contre le bilan 2021.**

Manifestations	Bilan
Parfums d'Italie	<b>Edition annulée</b>
Les Boucles du Verdon organisées par l'ATCC04	<b>Édition reportée puis annulée</b>
Les Soirées de l'Étoile	<b>4 dates juin, septembre, novembre</b>
Souvenirs des collines Organisé avec Domaine Château Laval	<b>Date de juin annulée puis : 7 et 21 juillet – 4 août annulée pour pluie et 8 et 22 septembre</b>
Verdon relax festival Organisé par 2guezzer events	Les 19 et 20 juin
Les Nocturnes	7 fanfares et maquilleuses (chaque vendredi soir du 2 juillet au 27 août)
Les concerts du mardi	<b>8 concerts autonomes du 6 juillet au 31 août</b>
Fête provençale organisée par FestiGreoux	<b>Du 9 au 11 juillet</b>
Gréoux-de-Janeiro	Du 28 au 31 juillet Concerts, spectacles de rue, marché, ...
Festival de Scrabble de Provence organisé par le Comité Provence	Du 31 juillet au 6 août
Musiques à Pauline	6 dates de juillet à octobre
Gréoux Jazz Festival organisé par FestiGreoux	Du 15 au 19 septembre Billetterie, participation dans la communication et dans l'organisation
Automne Musical organisé par l'Ensemble Provence Verdon	Du 5 au 15 octobre Billetterie, participation dans la communication et dans l'organisation. Partenariat avec Théâtre Durance
27 <sup>e</sup> Foire aux Santons	<b>Du 22 octobre au 1<sup>er</sup> novembre</b>
Randonnée VTT Verdon des Collines organisée par le Team Gréoux Bike	<b>Dimanche 14 novembre</b>
Noël à Greoux	3 et 4 décembre. <b>Annulé le 4 pour pluie</b>
11 <sup>ème</sup> Cyclo-cross organisé par l'ATCC04	<b>Dimanche 5 décembre</b>



## 5° LA STRATÉGIE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE

En 2021, l'Office de Tourisme Communautaire s'est investi dans la co-organisation de 2 nouveaux événements « identitaires » :

- **LA FÊTE DU LAC à Esparron-de-Verdon (26 et 27 juin 2021)**

Placée sous le signe de la convivialité, cette 1<sup>ère</sup> édition a rassemblé deux associations esparronnaises (T'Cap et le Club Nautique), la Commune et l'Office de Tourisme Communautaire. Elle mobilise plus largement l'ensemble des entreprises touristiques.

- **LA FÊTE DES VENDANGES à Pierrevert (23 octobre 2021)**

Dans la continuité du travail réalisé dans le cadre du projet AMPELO, et après l'annulation de la 2<sup>nde</sup> édition du « Rosé Day » (cause COVID-19), cette manifestation a été portée par la Commune de Pierrevert, l'ODG des Vins des Alpes du Sud, l'Office de Tourisme Communautaire et l'association des commerçants. **Elle a rencontré un vif succès.**

En complément, l'Office de Tourisme Communautaire a participé :

- **Aux TERRES DE JIM à Corbières (du 10 au 12 septembre 2021)**

Cet événement a généré d'importantes retombées économiques pour notre territoire. Belle opportunité pour promouvoir notre territoire et plus particulièrement notre filière « agritourisme ».

- **A ROSÉ EN FÊTE à Manosque (2 juillet 2021)** – une manifestation organisée dans le cadre de la Fête Régionale des Terrasses





## 6° LA GESTION DU CENTRE DE CONGRÈS « L'ÉTOILE »

Inauguré le 19 novembre 2013, cet équipement répond à plusieurs ambitions :

- La création d'un centre de congrès pouvant accueillir des séminaires, des formations, des ateliers, des colloques ou des salons à rayonnement régional, national ou international, afin de développer le segment économique du tourisme d'affaires,
- La constitution d'un espace culturel avec une salle polyvalente, et un espace cinéma/théâtre capable d'élargir la diffusion culturelle de la DLVA,
- La réhabilitation d'un espace économique, festif et d'animations locales en lien avec son territoire d'implantation, la commune de Gréoux-les-Bains.

Par délibération N° CC-25-05-18 en date du 29 mai 2018, **la DLVA a reconduit l'Office de Tourisme Communautaire dans sa mission de gestion du Centre de Congrès l'Etoile et de développement de l'activité de tourisme d'affaires.**

Depuis 2013, les équipes commerciales ont enregistré **525 événements**, parmi lesquels les Assises territoriales du tourisme (2014), les Rencontres nationales du Thermalisme (2015), Congrès national des Gîtes de France (2015), Grand Débat sur la transition écologique avec le Président de la République (2019), Assises nationales des randonnées et activités de pleine nature (2021).



### Bilan commercial 2021 :

**70 événements** répartis comme suit :

- **15 prestations « affaires »** (congrès, assises, séminaires, Assemblées Générales, ...)
- **40 réunions DLVA** (11 conseils communautaire, 9 conférences des maires, 2 séminaires, 1 forum et 17 commissions et réunions de différents services DLVA, ...)
- **10 manifestations culturelles** (concerts, conférences, A l'Etoile ce soir...)
- **4 autres événements** (Election départemental, Festival de scrabble,...)

**Le chiffres d'affaires s'élève à 52 580€ TTC, en hausse de 62% par rapport à 2020.**

**L'équipe commerciale a réalisé 33 devis. 15 propositions n'ont pas abouti.**

**En raison de la crise sanitaire, l'activité a débuté en septembre avec 12 événements en 5 semaines (UDE 04, 9èmes Assises Nationales des RAPN, Inauguration de la Routu, Séminaire Rotary, Assises du Verdon, Séminaire Technic Atome, ...). Près de 8 500 personnes ont été accueillies au Centre de Congrès.**





## 7° L'ACTIVITÉ « BILLETTERIE ET BOUTIQUE »

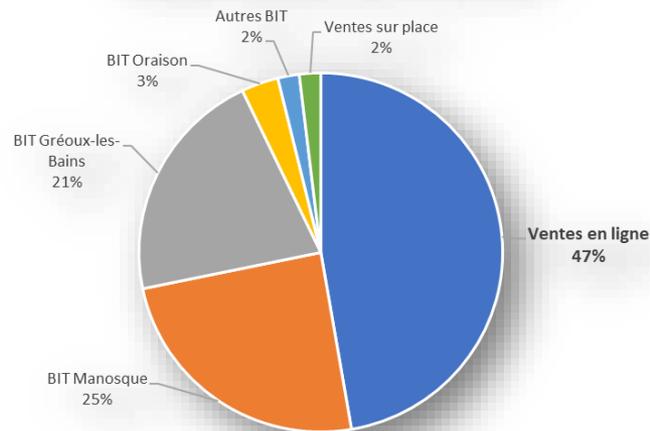
Les Offices de Tourisme commercialisent de plus en plus des prestations à travers un service « billetterie » : pour l'inscription à une randonnée, à une visite guidée ou à une excursion culturelle, pour l'accès à un événement culturel, pour la réservation d'une activité pour une clientèle « groupes », ... **Cette activité est une source d'autofinancement.**

**Notre logiciel métier full-web propose une solution billetterie/e-billetterie/boutique** avec une interface de caisse entièrement paramétrable permettant la commercialisation de produits boutique et de billets pour des événements, des activités culturelles et de loisirs depuis différents points de vente. S'ajoutent à cela de nombreuses fonctionnalités pour la gestion des stocks, le suivi comptable et statistique.

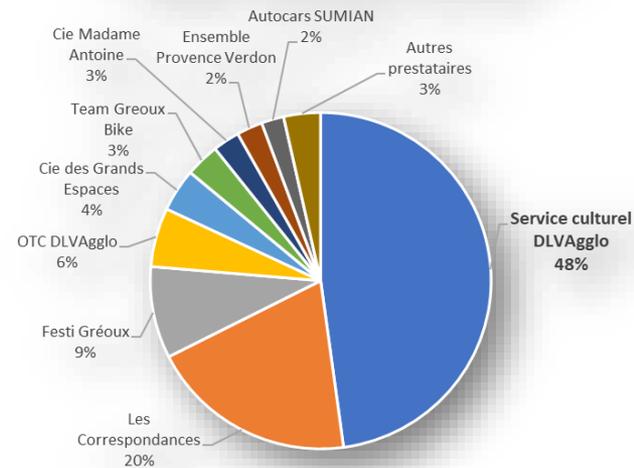
**Le chiffre d'affaires 2021 s'élève à 222 391 €uros dont 11 705,95 €uros en produits « boutique ».**

**Ci-contre deux graphiques illustrant l'activité « ventes d'activités et de spectacles » en 2021**

OTC DLVAgglo - Répartition des ventes "activités et spectacles " par lieu de vente - Année 2021



OTC DLVAgglo - Répartition des ventes "activités et spectacles " par prestataire - Année 2021





## 8° AMPELO (PROJET DE COOPÉRATION FRANCE-ITALIE SOUTENU PAR LES FONDS EUROPÉENS ALCOTRA-INTERREG)

Par délibération N° 2017 – 53 en date du 21 juillet 2017, le **Comité de Direction** avait **approuvé la reprise du chef de filât par l'Office de Tourisme Communautaire DLVA du projet de promotion de l'œnotourisme intitulé « AMPELO »**. **Ce projet a touché à sa fin le 2 août 2021.**

**Objectifs : faire la promotion de l'œnotourisme sur les marchés nationaux et internationaux et augmenter les compétences des opérateurs locaux.**

**Vous trouverez ci-après les temps de forts pour 2021 :**

### 1. Décision de transformer le séminaire de clôture en reportage de clôture

Après l'ouverture officielle du programme en Italie, il nous revenait l'organisation du séminaire de clôture. Compte-tenu des incertitudes sur la situation sanitaire et du décalage des élections, et après concertation avec le secrétariat conjoint ALCOTRA, **il a été décidé d'annuler le séminaire du 24 juin et de le remplacer par un « reportage de clôture »**. Après publication d'un appel d'offres, la société WeGo production a été retenue.



### 2. Déplacement en Italie du 18 au 20 juin

Laura Negro, Jean-Frédéric Gonther, Clément Balcon, Damien Frossard (OTC DLVAgglo) et Elsa Isoardi (WeGo Productions) ont participé à ce déplacement qui a permis d'assister à **l'inauguration officielle du parcours In Vigna, autour du château de Grinzane Cavour**. Le déplacement a également servi de repérage pour le reportage de clôture, à Alba, Grinzane Cavour, Barolo et Barbaresco.

### 3. Organisation d'un voyage de presse (du 1<sup>er</sup> au 3 juillet)

L'OTC DLVAgglo et les viticulteurs devaient initialement se rendre à Paris pour une soirée « presse ». Compte-tenu des incertitudes sur la situation sanitaire, il a été décidé d'annuler cette soirée « presse » par un voyage de presse. **Nous avons accueilli 6 journalistes. Le séjour a permis de mettre en avant les producteurs locaux sur la thématique de l'œnotourisme, étendue à l'agritourisme.**





## 8° AMPELO (PROJET DE COOPÉRATION FRANCE-ITALIE SOUTENU PAR LES FONDS EUROPÉENS ALCOTRA-INTERREG)

### 4. Déplacement en Italie du 14 au 17 juillet

Paul Audan, Maire de Gréoux-les-Bains et Président de l'Office de Tourisme Communautaire, André Mille, Maire de Pierrevert, Dominique Bertin, Directeur Général Adjoint de DLVAgglomération et Jean-Frédéric Gonthier, Directeur de l'Office de Tourisme Communautaire ont participé à ce déplacement.

La société WeGo Production, accompagnée par Damien Frossard, est restée sur place du 12 au 16 juillet afin d'effectuer les prises de vues et interviews nécessaires au reportage de clôture.



### 5. Réalisation du reportage de clôture

Les mois de juillet, août et septembre ont été consacrés à la finalisation du reportage de clôture : prises de vue dans les territoires, prises de rendez-vous pour l'interview des producteurs et des élus, montage, traductions, ...





## 8° AMPELO (PROJET DE COOPÉRATION FRANCE-ITALIE SOUTENU PAR LES FONDS EUROPÉENS ALCOTRA-INTERREG)

### 6. Clôture officielle du projet AMPELO

Le vendredi 22 octobre 2021 à Pierrevert, la soirée de clôture officielle a été marquée par deux temps forts :

- **L'inauguration du musée de la vigne et du vin de Pierrevert**, totalement réhabilité dans le cadre du programme AMPELO. Cette réhabilitation, gérée par l'Université des Senteurs et des Saveurs, pour le compte de l'Organisme de Défense et de Gestion des Vins des Alpes du Sud, a été réalisée par la société « Le Naturographe »
- **La diffusion du reportage de clôture du programme AMPELO**, en présence de l'ensemble des partenaires. Une délégation italienne était également présente, composée de Mauro Carbone, Directeur de l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Elisa Casetta, Responsable des projets européens de l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Marco Scuderi, Directeur de l'Enoteca de Grinzane Cavour et Marta Giovannini, élue au Conseil d'administration de l'Enoteca de Grinzane



## 9° L'ESPACE VTT « PROVENCE VERDON VTT » (LABELLISÉ « SITE VTT-FFC® »)



L'objectif de ce projet est de créer un espace VTT structurant pour la filière « activités de pleine nature » qui fasse rêver (moteur d'image), qui motive les pratiquants (séjour) et qui favorise la fidélité par :

- Sa localisation, sa dimension et son périmètre
- La variété des parcours proposés (gamme complète de niveau de parcours, de la piste large familiale au « single-track » époustouflant)
- La prise en compte de l'itinérance (demande des pratiquants)
- La découverte de paysages grandioses et du patrimoine
- Ses possibilités de porte d'entrée (effet réseau)
- Ses épreuves de randonnées portées par les associations locales (Randos d'Or FFC)
- Sa stratégie d'animation vers des enjeux éducatifs et sportifs.

La qualité de nos paysages et de notre environnement mêlée au relief et à la diversité des terrains créent toutes les conditions optimales pour cette pratique. L'espace « Provence Verdon VTT » doit devenir un site incontournable et exceptionnel avec une gamme d'itinéraires mettant en avant des circuits en quantité et qualité.

### Les communes de l'espace VTT sont :

- **Pour les Alpes de Haute-Provence** : Allemagne-en-Provence, Esparron-de-Verdon, Gréoux les Bains, Quinson, Montagnac-Montpezat, Riez, Roumoules, Saint-Laurent du Verdon, Saint-Martin de Brômes et Valensole
- **Pour le Var** : Ginasservis, La Verdière, Saint-Julien le Montagnier, Vinon-sur-Verdon, Montmeyan, Artignosc-sur-Verdon et Régusse.

# PROVENCE VERDON VTT



## PROVENCE VERDON VTT



## 9° L'ESPACE VTT « PROVENCE VERDON VTT » (LABELLISÉ « SITE VTT-FFC® »)

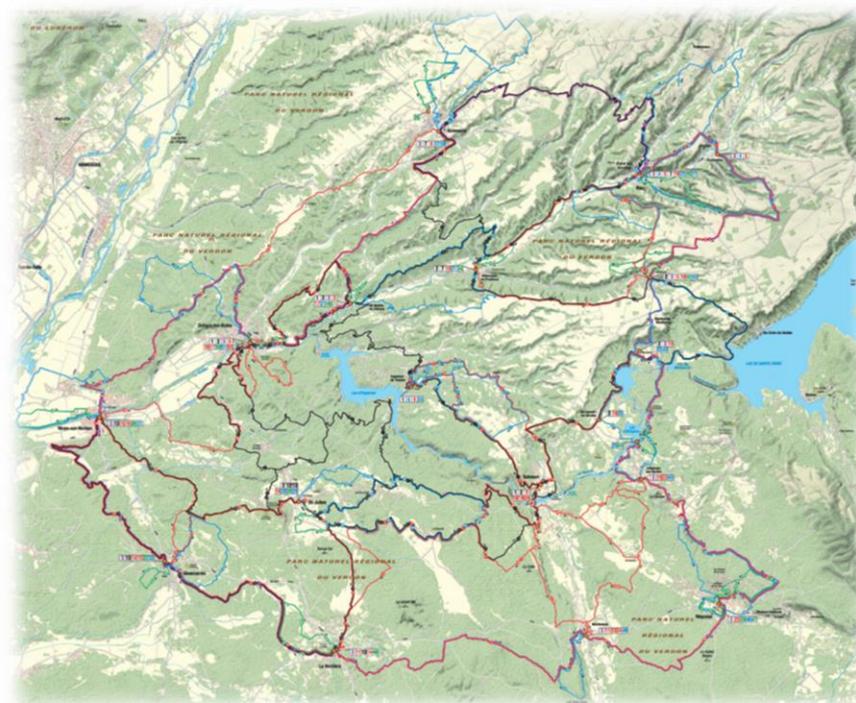
### Chiffres clés de cette nouvelle offre d'itinérance :

- 52 circuits classés par niveau de difficulté (20 circuits « bleus », 13 circuits « verts », 14 circuits « rouges », 5 circuits « noirs ») soit 1 100 km d'itinéraires
- 1 grand tour : le grand tour des plateaux (140 km)

Par délibération N°2018-10 en date du 22 février 2018, le Comité de Direction avait approuvé la sollicitation du programme LEADER Grand Verdon pour la création de l'espace « Provence Verdon VTT » labellisé Site VTT-FFC® », le plan de financement prévisionnel du projet d'un montant de 58 975 € HT ainsi que l'autofinancement de l'Office de Tourisme Communautaire pour un montant de 5 897,50 € HT.

### La demande de financement porte sur :

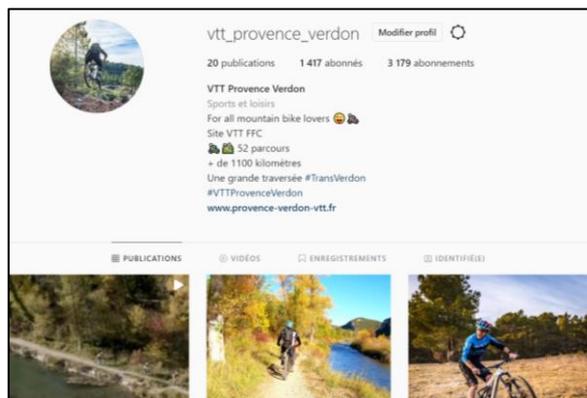
- Le balisage des circuits par l'ingénierie interne (*temps du moniteur VTT*)
- La conception des outils de communication (*site internet, flyers, plan, dossier de presse, réseaux sociaux, ...*) par l'ingénierie interne (*temps de la chargée de communication*) et le recours à des prestataires
- Et la conception et la fabrication de panoramiques d'information



# 9° L'ESPACE VTT « PROVENCE VERDON VTT » (LABELLISÉ « SITE VTT-FFC® »)

## Actions réalisées en 2021 :

- Création du logo et de la charte graphique
- Création d'un flyer de promotion
- Réalisation d'un shooting photos
- Mise en ligne du site web [www.provence-verdon-vtt.fr](http://www.provence-verdon-vtt.fr)
- Création et animation des réseaux sociaux : Facebook : 222 abonnés  
- Instagram : 1 428 abonnés
- Création de deux vidéos dans le cadre de la série « Roulons avec » dans le but de promouvoir l'offre et ses partenaires



Statistiques de la publication	
Roulons avec Team Gréoux Bike ! 🏍️🏍️🏍️ A l'approche de la Rando d'Or Verdon Des Collines, nous...	
Publié par Marie Tardif · le 8 novembre à 15:55 · 🌐	
Impressions de publications	3 673
Couverture de la publication	3 329
Interaction avec la publication	522
Interactions	
👍	125
❤️	13
😂	1
😮	0
😞	1
😡	0
😊 Réactions	140
💬 Commentaires	10
👉 Clics sur un lien	60
➦ Partages	38
👁️ Autres clics	241



## 10° LA SAISON 2 DU « PASS TOURISME MANOSQUE »

Le vendredi 23 avril 2021, Camille Galtier, Maire de Manosque, et Valérie Peisson, 1<sup>ère</sup> vice-présidente de l'Office de Tourisme Communautaire, ont officialisé le retour du « Pass Tourisme ». L'opération est menée en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale 04, et l'Association des Commerçants et Artisans Manosquins. Elle est gérée et animée par l'OTC DLVA.

Le PASS Tourisme est une réponse moderne et innovante à plusieurs enjeux :

- Mieux encourager la reprise du tourisme ; une économie essentielle pour notre territoire
- Associer plus fortement « tourisme et commerce » en profitant des flux touristiques pour augmenter la déambulation dans le centre-ville et la consommation dans les commerces (la principale mesure des retombées économiques du tourisme demeure la consommation).
- Favoriser l'allongement des séjours touristiques et la pratique d'activités
- Permettre aux hébergeurs manosquins de fidéliser leur clientèle grâce un crédit de 30 €uros à dépenser dans les commerces adhérents à l'opération.

Cette opération est à classer dans les nombreuses actions, financées par les collectivités locales, visant à soutenir l'économie locale dans une période qui reste troublée et pleine d'incertitudes.

Vous trouverez ci-contre le bilan 2021.



**14 hébergeurs manosquins** ont adhéré à l'opération et diffusé le Pass Tourisme

**21 commerçants** ont adhéré à l'opération

**239 Pass** distribués

**186 Pass** validés soit **5 580 €uros**

**204 achats**

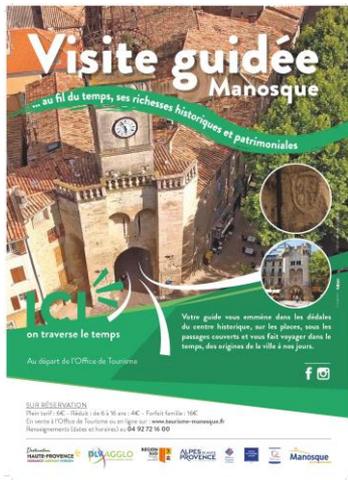
**9 074,58 €** de retombées



# 11° DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Conformément à sa stratégie et aux objectifs, l'Office de Tourisme Communautaire a développé de nouvelles offres de découverte (cf. ci-dessous) commercialisées en ligne et dans nos bureaux d'accueil.

Ces offres concernent les filières écotouristique, de bien être, de sport de pleine nature et d'agritourisme.



**Manosque au fil du temps, ses richesses historiques et patrimoniales**

41 sorties programmées



**À la découverte de Montfuron son jardin à Papillons et son moulin à vent**

31 sorties programmées



**La Haute Provence à vélo : Sorties cyclosporatives accompagnées par Delphine Reinert**

33 sorties programmées



**Escapade dans les lavandes au domaine les Grandes Marges**

16 sorties programmées

Le chiffre d'affaire total réalisé s'élève à 2 482 €uros.



## 12° PARTICIPATION AUX TRAVAUX DE LA DESTINATION INFRA RÉGIONALE « INTENSE VERDON »



Par délibération du 18 décembre 2018, le **Conseil Communautaire a confirmé son engagement dans la mise en œuvre d'une destination touristique coordonnée pour le Verdon, des Sources à la confluence, et a décidé de confier à l'Office de Tourisme Communautaire le pilotage opérationnel du dispositif dans son ensemble.**

**Le collectif de 11 partenaires** a signé un contrat d'objectifs avec la Région qui engage et définit les ambitions et les objectifs touristiques partagés pour construire une destination centrée sur le client, respectueuse de l'environnement, participant à la performance touristique régionale.

**Plusieurs actions ont été réalisées en 2021.** Elles sont financées par la Région et/ou le programme LEADER Grand Verdon et/ou les partenaires de la Destination :

- **STRUCTURATION DE LA GOUVERNANCE AFIN DE DÉFINIR LES CONDITIONS D'ORGANISATION TOURISTIQUE DE LA DESTINATION ET PORTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE MARKETING ET DIGITALE**
- **CRÉATION D'UNE MARQUE DE DESTINATION ET D'UN KIT DE COMMUNICATION (LOGO, CHARTE GRAPHIQUE, STRATÉGIE ÉDITORIALE, GUIDE DE MARQUE, ...)**
- **PARTICIPATION ET CO-ORGANISATION DES ASSISES DU VERDON À GRÉOUX-LES-BAINS (05 OCTOBRE 2021)**





## 13° RÉALISATION ET VALIDATION DE LA MARQUE SERVICIELLE POUR L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

**Approuvé par le Conseil Communautaire le 16 décembre 2020**, la stratégie de développement touristique pose différentes recommandations dans le positionnement marketing, **notamment la création d'une marque « servicielle » pour l'Office de Tourisme Communautaire**.

Par « marque servicielle », nous entendons une marque, dont la vocation est de servir l'écosystème touristique d'un territoire. Sauf exception, la marque « servicielle » n'a pas vocation à figurer sur des communications BtoC. **En revanche, elle doit être comprise par l'ensemble de la sphère BtoB.**

La création d'une marque « servicielle » répond donc aux objectifs du schéma de développement touristique de DLVAgglo (Axe B, Action N°5).

Nous avons confié cette mission à Jean-Loup TETARD, expert en Marketing et en communication touristique. Auteur du Plan Marketing 2021-2026, il reste une référence dans la définition des stratégies de marques des territoires.

Après le Comité de Direction du 12 juillet 2021, **les résultats de cette étude ont été présentés en Conférence des Maires le 30 septembre 2021.**

**La marque servicielle « Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque – Hautement Provence » a été approuvée.**



Destination  
**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON



Office de Tourisme et des Congrès  
du Pays de Manosque  
*Hautement Provence*



## 14° « CŒUR DE PROVENCE » : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

En Provence, les touristes chinois représentent une clientèle touristique prometteuse : le potentiel est énorme pour les professionnels du tourisme et pour l'économie des pays qui les accueillent.

De plus, cette clientèle a un rapport affectif avec la lavande. Une série TV culte chinoise, tournée en partie en Provence, a porté à l'écran le rêve français des Chinois : l'image du romantisme à la française et la nature authentique de la Provence. Les champs de lavande du Plateau de Valensole sont devenus la destination rêvée des Chinois, surtout des Chinoises, et le lieu de rêve pour se marier. Des tour-operators chinois s'en sont inspirés pour proposer des circuits à leurs clients.

**Afin de pas subir cet afflux de visiteurs et, surtout, d'en tirer profit,** l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo travaille sur trois objectifs :

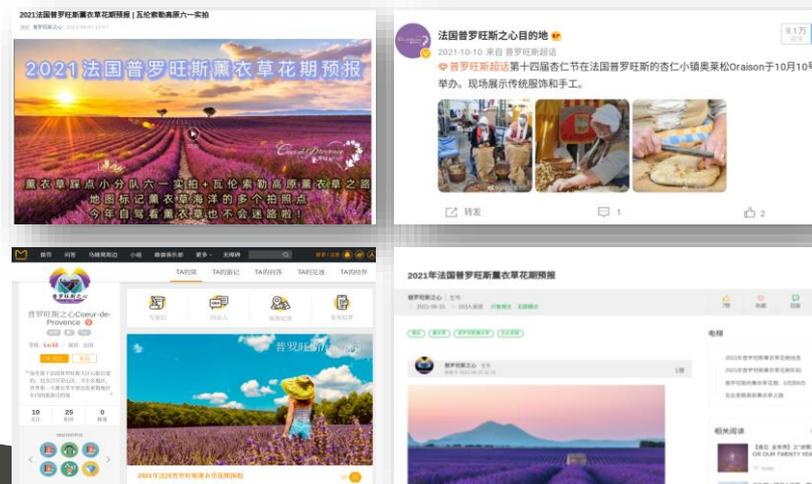
- réussir l'accueil des voyageurs chinois en devenant une destination « Chinese friendly »
- accroître les flux touristiques en valorisant d'autres atouts de notre territoire
- augmenter les retombées économiques en développant des séjours plus longs et sur d'autres saisons.



Vous trouverez ci-dessous le bilan des actions réalisées en 2021 :

### ☐ Communication et marketing digital :

- animation du compte « Cœur de Provence » sur le réseau social « WeChat » : 43 articles publiés, +25% d'abonnement
- Animation du compte « Cœur de Provence » sur le réseau social « Weibo » : 351 articles publiés, +26% d'abonnement, **2,1 millions de vues**
- Référencement naturel sur les sites web chinois dédiés au voyage et aux loisirs : Mafengwo, Qyer, Huarenjie, XinEurope, Superapple, Kaiyuan, Gotodutch





# 14° « CŒUR DE PROVENCE : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES (SUITE)

## ❑ Partenariat avec l'agence de communication Nihao Kitchen :

- **Réalisation du magazine « Cœur de Provence » entièrement rédigé en mandarin.** Ce magazine présente les atouts et richesses de notre territoire mais également les entreprises (*hébergeurs, producteurs, prestataires d'activités, restaurants, ...*).
- **Ambassadrice de notre destination « Cœur de Provence » en Chine lors de l'évènement suivant : Art and Gourmet Fashion Week à Shenzhen en octobre et novembre 2021** (*ateliers de degustation, atelier cuisine, ...*)

## ❑ Accueil de leaders d'opinion :

- **Accueil du blogueur Kehan ZHANG** (1,3 millions d'abonnés sur Weibo, 10K abonnés sur Instagram, ses followers sont des jeunes femmes au pouvoir d'achat élevé) et **publication de deux posts sur son compte Weibo** (**résultats : 1,2 millions de vues**)
- **Accueil de Sheryl, photographe réputée**, lauréate du concours de photographie sur téléphone portable en Chine et publication de deux articles sur Wechat et 7 posts sur Weibo
- **Accueil de Zhiping Wang**, photographe chinois connu à l'International. En 2009, il est l'un des 10 meilleures photographes de l'année et est dans le classement du magazine de photographie Pixel.





## 14° « CŒUR DE PROVENCE : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES (SUITE)

### ❑ Participation au Workshop virtuel Tourisme France-Chine organisé par Atout France du 29 novembre au 3 décembre

Pour la 2<sup>ème</sup> année, ce workshop a été organisé sous forme de rencontres virtuels et nous a permis d'échanger avec **38 représentants de TO/AGV chinois, hongkongais et taiwanais** lors de 5 matinées de rendez-vous. Malgré la pandémie qui empêche les voyages internationaux, notre destination continue à séduire et susciter un grand intérêt auprès de TO et AGV chinois, **qui souhaitent rester informer de nouveautés de notre destination.**

### ❑ Dans le cadre du Contrat de Destination Provence, participation à la campagne européenne « Behind the scenes »

L'objectif était d'inspirer les chinois dans leurs futurs projets de voyage en Europe, via la création de mini-séries avec des correspondants locaux présentant des histoires et des expériences authentiques. La campagne était destinée aux voyageurs indépendants libres (FIT), qui s'intéressent aux expériences de nature et de plein air, aux industries créatives et aux expériences d'art contemporain ou liées à l'histoire. en Europe.

Les vidéos ont été distribuées sur des plateformes vidéo chinoises populaires telles que **TikTok et WeChat Channels.**

La production vidéo, les diffusions en direct et les activités promotionnelles ont eu lieu entre juin et septembre 2021. **La Provence fait partie des 30 destinations européennes partenaires.**



**EUROPE BEHIND THE SCENES**  
Thematic Promotional  
Video Campaign in China





## 15° L'ACTIVITÉ DU SERVICE RÉCEPTIF

### Création et commercialisation de packages via le module « Groupes/Réceptif »

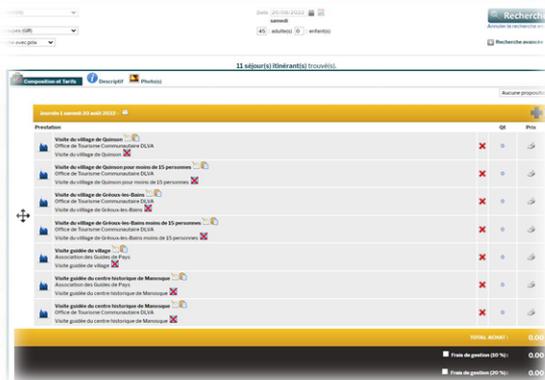
Conformément à la stratégie commerciale et aux objectifs fixés pour 2021, des packages ont été commercialisés à des professionnels du voyage nationaux et également en direct auprès d'associations, clubs, comités d'entreprises, ...

A l'image de l'année 2020, l'activité du service réceptif a été fortement impactée par la crise sanitaire. La vente de séjours et d'excursions s'est faite uniquement auprès de groupes français. La dégradation de la situation sanitaire et le confinement du mois d'avril ont provoqué de nombreux reports dans le meilleur des cas mais plus fréquemment des annulations. Le démarchage commercial, notamment auprès de la clientèle internationale s'appuyant sur l'accueil de tours opérateurs, d'agences de voyages et réceptives, s'est figé sur l'année 2021 en raison de la crise sanitaire et du trafic aérien très fortement perturbé.

**Bilan commercial 2021 : le chiffre d'affaires s'élève à 4 283,40 € TTC**

### Dans la perspective d'une reprise des demandes et en réponse à un besoin de professionnalisation

Nous avons fait l'acquisition du module « Groupes/Réceptif ». Développé par la Société INGENIE, ce logiciel « métier » répond à un besoin de professionnalisation du service réceptif. Les demandes sont désormais traitées via ce logiciel. Directement connecté aux autres outils « métier » de l'Office de Tourisme (GRC, billetterie, etc...), il permet de gagner en efficacité (envoi de devis, facturation, ...) et d'assurer un meilleur suivi des dossiers.





## 15° L'ACTIVITÉ DU SERVICE RÉCEPTIF (SUITE)

Création de formules packagées (*week-end, à la journée, à thème, ...*) pour individuels et groupes et référencement de ces propositions auprès de nos partenaires

Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de formules

- Séjour Chic en Haute-Provence
- Soirée dans les étoiles de Haute-Provence
- Entre lavandes et Verdon : Séjour à Vélo en Haute-Provence
- Au cœur des collines (séjour VTT)
- Tour du lac d'Esparron-de-Verdon (séjour VTT)
- Transverdon : de Moustiers à Gréoux-les-Bains (séjour VTT)
- Au cœur des lavandes du plateau de Valensole (séjour VTT)
- Weekend à Manosque : art et littérature en Haute-Provence
- Art de vivre en Haute-Provence
- Manosque, la cité de Jean GIONO



**Idées  
séjours**

The screenshot displays the 'Idées séjours' website interface. At the top, there's a search bar with 'Rechercher' and filters for 'Quand', 'Où?', and '+ Filtres'. Below the search bar, there are several featured travel packages, each with a photo, a title, and a location. The packages include:

- Trans Verdon : Moustiers-Sainte-Marie à Gréoux-les-Bains
- La Provence comme vous ne l'avez jamais vue en montgolfière !
- Grande Traversée VTT - TransVerdon - L'intégrale
- Au cœur des collines à VTT
- Tour du lac d'Esparron-de-Verdon à VTT "d'une rive à l'autre"
- Le Tour des Gorges du Verdon
- Tour du Luberon à vélo en liberté
- A vélo au fil de l'eau et de l'histoire singulière du Verdon

Below these packages, there are four categories of activities:

- Observez !: Le ciel, les étoiles et l'astronomie
- Dégustez !: La gastronomie, les produits du terroir et l'agritourisme
- Découvrez !: Le savoir-faire artisanal et nos villages de caractère
- Bougez !: Les activités, itinéraires de pleine nature et La Roulo
- Vivez !: L'écotourisme et l'Aventure géologique
- Respirez !: Le bien-être, ressourcement et thermalisme
- Pédalez !: Le vélo au VTT dans notre département Territoire vélo
- Révez !: Les hébergements : hôtels, campings, insolites

## 16° AUTRES ACTIONS



Participation dans l'animation du « Club des Offices de Tourisme des stations thermales »



Classement des meublés de tourisme - 57 classements en 2021



Participation active aux travaux de l'Observatoire Nationale de l'Economie des Stations Thermales (*résultat : contribution au rapport national et production d'un rapport de station*)



Réalisation d'une enquête de conjoncture afin de mesurer le bilan de l'activité touristique estivale et l'impact de la COVID-19 (*262 professionnels interrogés*)



Suivi annuel de l'offre d'itinéraires balisés sur le territoire communautaire et participation à son amélioration



Accompagnement de sorties « vélo » : 57,5 heures de guidage assurées en 2021 par notre moniteur VTT

# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE 2021 À PARTIR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

## Flux vision - Tourisme Générique

### ÉTUDES / OBSERVATOIRE



DURANCE LUBERON VERDON AGGLOMÉRATION

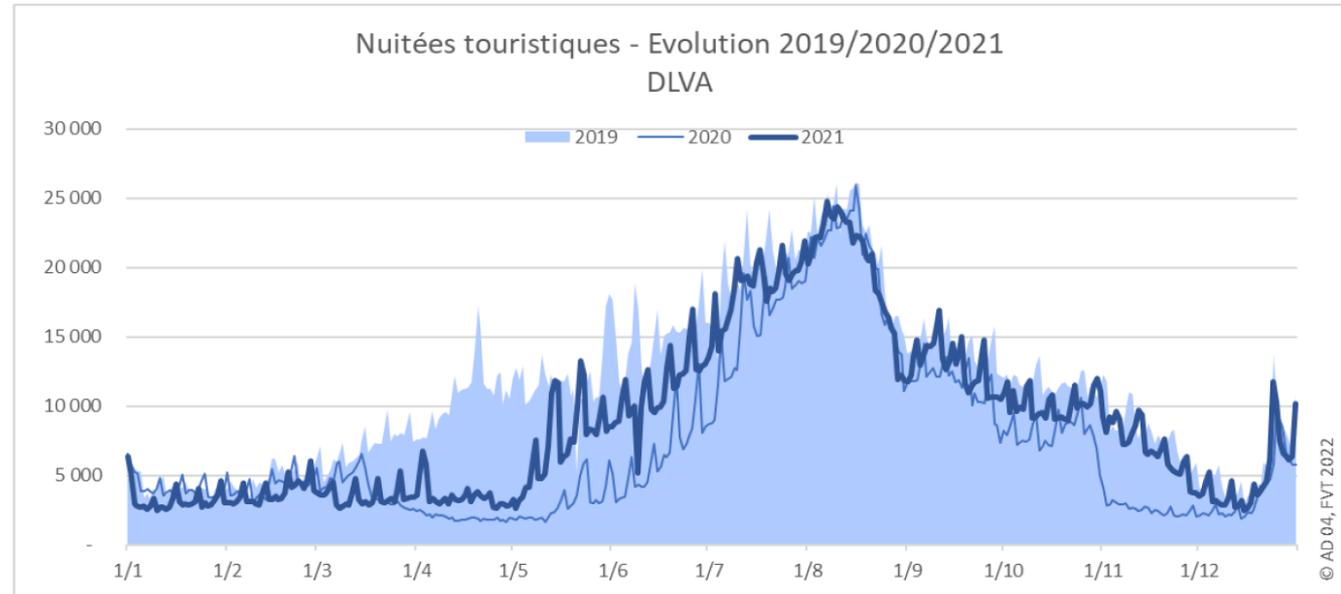
Destination  
**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON

## Evolution des nuitées touristiques

En 2021, le nombre de nuitées globales progresse de +23% mais reste inférieur au niveau enregistré avant crise en 2019.

Cette année, on enregistre une bonne fréquentation des clientèles françaises et un retour progressif des clientèles internationales.

On note que les nuitées progressent plus fortement à partir de mi-mai, cela coïncide avec la réouverture de l'établissement thermal de Gréoux-les-Bains le 19/5.



**+ 23%**  
par rapport à 2020

+11% dans les AHP

**-21%**  
par rapport à 2019

-12% dans les AHP

## Evolution des nuitées touristiques françaises

**+ 25%**

par rapport à 2020

+10% dans les AHP

**-17%**

par rapport à 2019

-2% dans les AHP

**2,55**

millions de nuitées touristiques françaises

En 2021

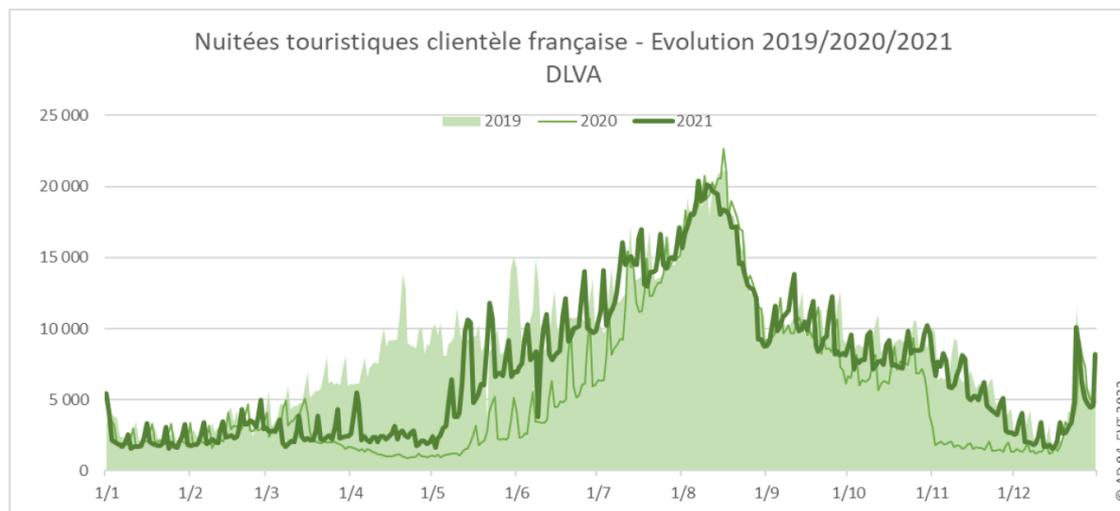
**79%**

des nuitées globales

Équivalent à 2020

La fréquentation globale des clientèles françaises augmente de **+25%** sur l'année 2021.

La fréquentation des mois d'avril à décembre enregistrent une progression des nuitées françaises par rapport à 2020 bien qu'elles restent inférieures au volume enregistré en 2019.



La clientèle intrarégionale est la première clientèle touristique française. Elle a progressé de **+15%** entre 2020 et 2021. Elle fréquente le territoire tout au long de l'année. La présence de résidences secondaires peut expliquer en partie ce phénomène.

### TOP 6

en % des clientèles françaises

		AHP
Provence-Alpes-Côte d'Azur	<b>32%</b>	47%
Auvergne-Rhône-Alpes	<b>14%</b>	12%
Ile-de-France	<b>13%</b>	12%
Hauts-de-France	<b>9%</b>	5%
Grand Est	<b>9%</b>	5%
Occitanie	<b>6%</b>	6%

## Evolution des nuitées touristiques étrangères

**+ 15%**  
par rapport à 2020

+13% dans les AHP

**-34%**  
par rapport à 2019

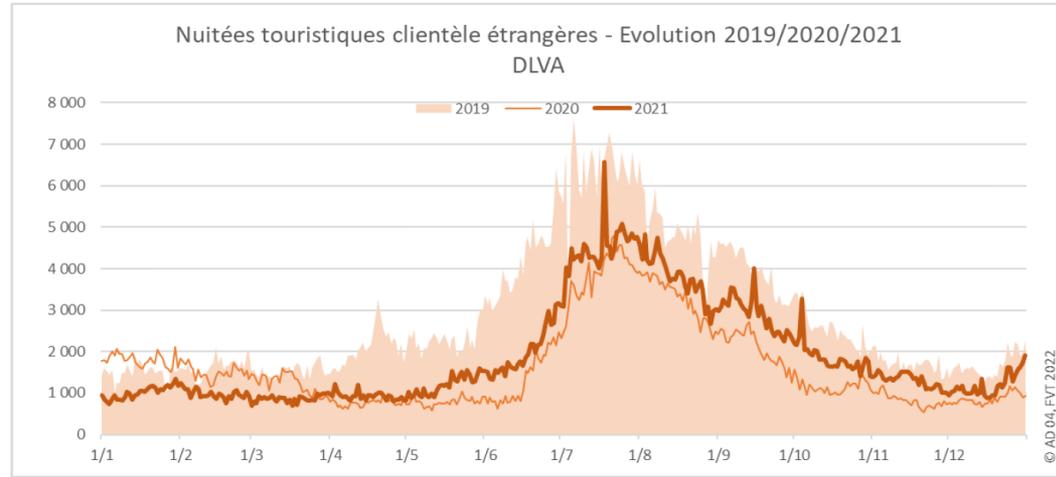
-39% dans les AHP

**686 000** nuitées touristiques étrangères  
En 2021

**21%** des nuitées globales  
Équivalent à 2020

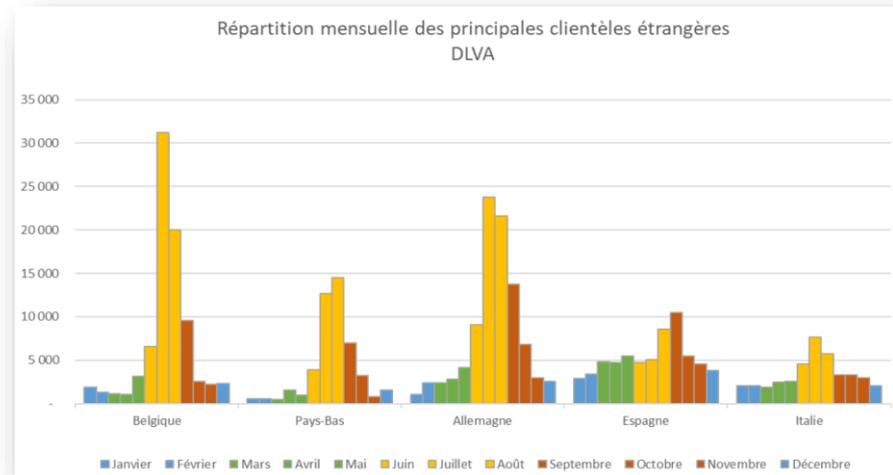
En 2021, le nombre de **nuitées étrangères globales** progresse de **+15%**.

On remarque la prise des nuitées internationales à partir du mois de juin.



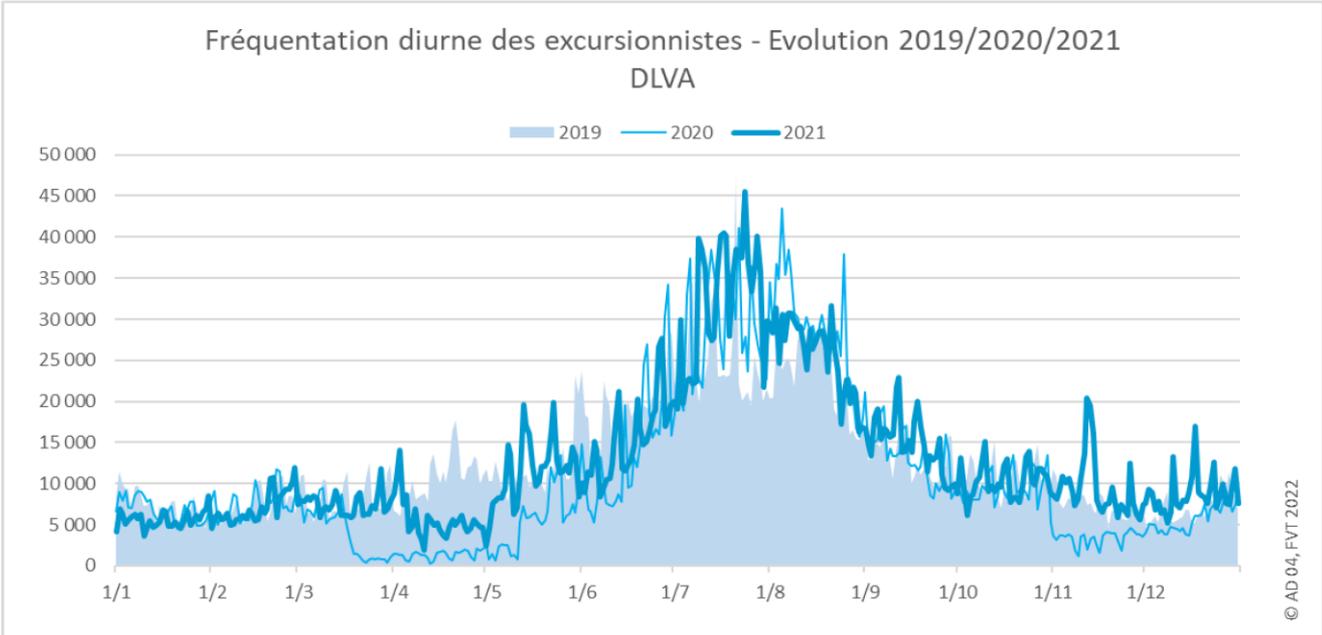
**TOP 5**  
en % des clientèles étrangères

Clientèle	AHP
Allemagne	15%
Belgique	15%
Espagne	6%
Pays-Bas	15%
Italie	5%



# Présence en journée des excursionnistes

En 2021, le nombre global d'excursions progresse de +19% par rapport à 2020 et atteint un niveau équivalent à 2019.



**+ 19%**  
par rapport à 2020

+21% dans les AHP

**+2%**  
par rapport à 2019

+3% dans les AHP

## Présence en journée des excursionnistes français

**+ 17%**

par rapport à 2020

+20% dans les AHP

**+ 12%**

par rapport à 2019

+18% dans les AHP

Globalement, le volume d'excursions réalisées par la clientèle française en 2021 croit de +17% comparativement à 2020.

Comparativement à 2019, on note une très forte progression sur le mois de juillet ces 2 dernières années.

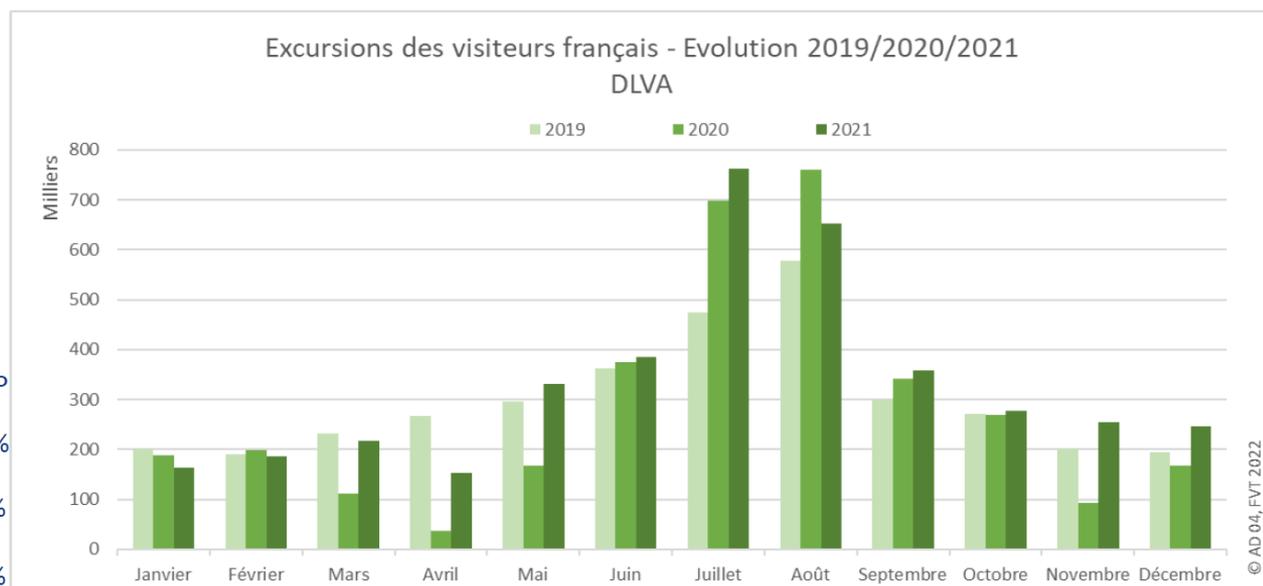
### TOP 3 des excursions françaises

Destination	Part	AHP
Provence Alpes Côte d'Azur	64%	61%
Auvergne-Rhône-Alpes	9%	13%
Ile-de-France	8%	8%

**4 millions** d'excursions réalisées par la clientèle française

En 2021

**85%** des excursions globales  
vs 87% en 2020



## Présence en journée des excursionnistes étrangers

**+ 35%**  
par rapport à 2020

+31% dans les AHP

**-31%**  
par rapport à 2019

-30% dans les AHP

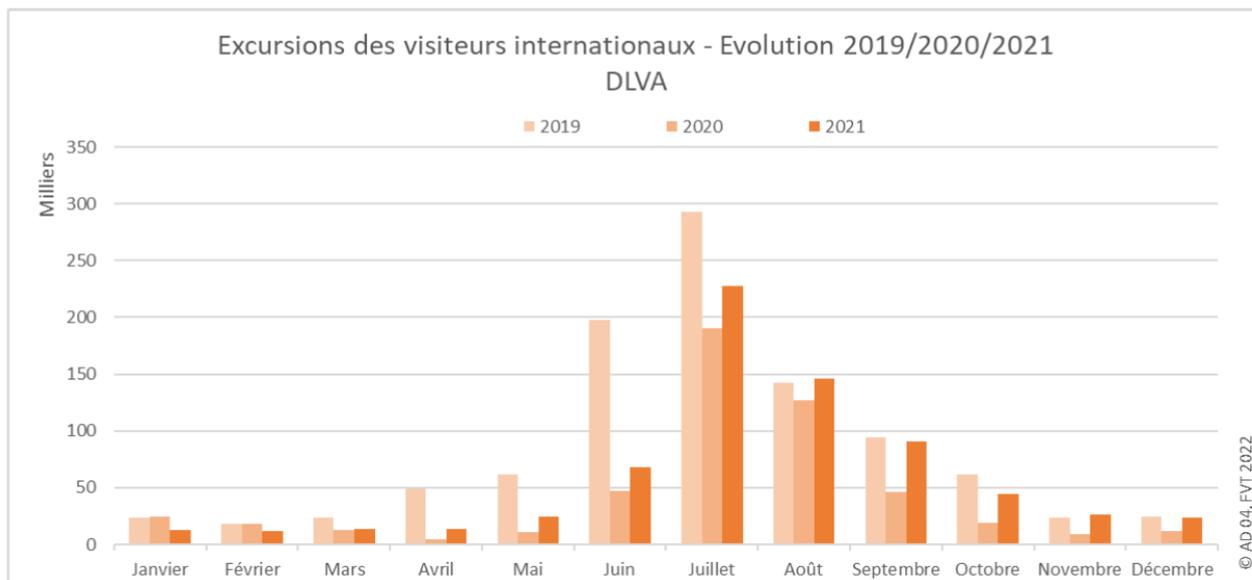
Les **excursions réalisées par les clientèles internationales progressent de +35%** par rapport à 2020. Cependant elles sont toujours inférieures de -31% par rapport au niveau avant crise.

### TOP 4 des excursions étrangères

Pays	Part	AHP
 Allemagne	<b>20%</b>	21%
 Belgique	<b>16%</b>	16%
 Pays-Bas	<b>10%</b>	12%
 Italie	<b>7%</b>	11%

**700 000** excursions réalisées par la clientèle étrangère

En 2021 **15%** des excursions globales vs 13% en 2020



« Accueils presse, visiteurs, clients, promotion... L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo participe à la visibilité de notre offre et nous sommes conscients de l'importance de leur travail. Notre partenariat est donc à la fois fort et historique ».

☛ L'Occitane-en-Provence (Manosque)

« Des échanges toujours constructifs avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, qui nous apporte une visibilité essentielle et un bon lien avec les touristes (...) Une équipe toujours disponible ! ».

☛ Alize Electronic, location de bateaux électriques (Esparron-de-Verdon)

« L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo a été d'une grande aide dans le cadre de notre implantation sur le secteur, aussi bien en début de saison qu'à l'automne grâce aux ateliers de promotion de notre destination. Merci pour votre dynamisme et votre efficacité ».

☛ Relais Notre Dame (Quinson)



« Notre partenariat avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo permet de valoriser notre établissement au sein de la communauté d'agglomération, mais également au-delà puisque nous gagnons en visibilité au sein des autres offices régionaux. Le travail de mise en valeur de notre territoire auprès des pays asiatiques, que réalise l'Office de Tourisme Communautaire, est également très profitable ».

☛ Les jardins de Céline (Valensole)

« Nous participons à divers salons du tourisme et du thermalisme aux côtés de l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, afin de promouvoir l'établissement thermal et la région. Les clients peuvent ainsi se projeter agréablement pour leur séjour. L'Office de Tourisme Communautaire participe aussi à nos journées portes ouvertes afin de renseigner les curistes sur les offres touristiques et les diverses animations ».

☛ Chaîne thermale du soleil (Gréoux-les-Bains)

« La collaboration avec l'Office de Tourisme Communautaire est devenue incontournable pour notre association. L'équipe, très professionnelle et disponible, nous accompagne dans notre développement, nos projets et nos réflexions collectives ».

☛ Club Nautique d'Esparron-de-Verdon

« Une équipe qui vient régulièrement à ma rencontre, pour m'apporter des programmes et brochures. C'est un véritable service de proximité et nous espérons que cela va durer ».

☛ Camping Le Pré de la Combe (Saint-Martin-de-Brômes)

« Une relation de confiance et de partenariat, ainsi qu'un lien commercial via des prestations de traiteur. Le lien est désormais établi de manière durable et nous souhaitons le préserver ».

☛ Couleurs Paysannes (Valensole)

« Merci à l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo de nous avoir encouragés et aidés dans notre projet de découverte du Diamant Noir. Nous sommes ravis de notre partenariat avec une structure qui fait preuve de sérieux, de professionnalisme, d'ambition et de dévouement ».

☛ La truffe noire de Villedieu (Manosque)

« Nous sommes très satisfaits du travail de l'Office de Tourisme Communautaire et nous entretenons de bonnes relations avec l'équipe. L'intérêt de notre collaboration ne fait aucun doute ! ».

☛ La base Yannick (Montagnac-Montpezat)

Destination

**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON